

DINÂMICA DO COMÉRCIO DAS ÁREAS TRADICIONAIS NO CONTEXTO DO ESPAÇO URBANO DE NATAL / RN

ROSA MARIA RODRIGUES LOPES



ORIENTADORA:
PROFª. DRª. RITA DE CÁSSIA DA CONCEIÇÃO GOMES

2018

ROSA MARIA RODRIGUES LOPES

**DINÂMICA DO COMÉRCIO DAS ÁREAS TRADICIONAIS NO CONTEXTO
DA PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE NATAL/RN**

Texto apresentado ao Programa Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia; área de concentração: Dinâmica e Reestruturação do Território; na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito final para obtenção do título de Doutorado em Geografia.

ORIENTADORA:
Prof^a. Dr^a. Rita de Cássia da
Conceição Gomes.

NATAL/RN

2018

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI

Catálogo de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes - CCHLA

Lopes, Rosa Maria Rodrigues.

Dinâmica do comércio das áreas tradicionais no contexto da produção do espaço urbano de Natal/RN / Rosa Maria Rodrigues Lopes. - Natal, 2018.

265f.: il. color.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Geografia.

Orientadora: Profa. Dra. Rita de Cássia da Conceição Gomes.

1. Comércio - Dissertação. 2. Produção do espaço - Dissertação.
3. Áreas Tradicionais de Comércio - Dissertação. I. Gomes, Rita de Cássia da Conceição. II. Título.

RN/UF/BS-CCHLA

CDU 911:339(813.2)

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM GEOGRAFIA

A tese de doutorado intitulada: “**DINÂMICA DO COMÉRCIO DAS ÁREAS TRADICIONAIS NO CONTEXTO DA PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO DE NATAL/RN**” apresentado por Rosa Maria Rodrigues Lopes, foi aprovada e aceita como requisito final para obtenção do título de Doutorado em Geografia.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a Dr^a Rita de Cássia da Conceição Gomes – Presidente
(Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia – PPGe/UFRN)

Prof^o Dr^o Lincoln da Silva Diniz – Membro Externo
(Unidade Acadêmica de Geografia – FCG)

Prof^o Dr^o Sidney Gonçalves Vieira – Membro Externo
(Programa de Pós-Graduação em Geografia- PPGeo/UFPel)

Prof^o Dr^o Ademir Araújo da Costa – Membro Interno
(Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia – PPGe/UFRN)

Prof^a Dr^a Maria do Livramento Miranda Clementino – Membro Interno
(Programa de Pós-Graduação em Gestão Pública PPGP/UFRN /
Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – (PPGCS/UFRN)

Natal, 02 de março de 2018.

À Rita de Cássia por tudo que representa em minha vida acadêmica e em minha profissão. És uma bonita fonte de inspiração.

Aos meus queridos pais (Eurídece e Francisco) pelo apoio incondicional ao longo da vida, me permitindo, trilhar com honra e dignidade, essa e tantas outras caminhadas.

AGRADECIMENTOS

Com o coração aquecido, externo meus agradecimentos às muitas pessoas que estiveram comigo nessa caminhada, seja em seu todo ou em apenas alguns trechos. A contribuição técnica, moral e/ou afetiva me impeliu rumo ao cumprimento desse objetivo que tem imenso valor em minha trajetória acadêmica, mas também pessoal. Das muitas experiências, dos muitos contatos estabelecidos nesses quatro anos, restou a certeza do aprendizado. Acumulado com as experiências de outras caminhadas, esse aprendizado caracteriza o que sou hoje e marcará muito do que pretendo para o futuro. Neste trabalho tem muito de vocês a quem, muito carinhosamente, me dirijo.

O ponto de início dessa caminhada deu-se com a inestimável presença da minha orientadora Rita de Cássia. Por ela, o desafio da pesquisa foi lançado, aceito e levado adiante me fazendo crescer e amadurecer nesse processo que teve início ainda na graduação. Nessa história de parceria, o doutorado é apenas uma etapa. Obrigada por caminhar comigo, pela troca de ideias, amparo, amizade, sabedoria e serenidade em todos os momentos de mais esse trecho do percurso.

Agradeço também à UERN que me liberou nesse espaço de tempo, me concedendo bolsa de estudo para que eu pudesse encaminhar o doutorado da melhor forma.

À CAPES pela concessão de uma bolsa de estudo que oportunizou a realização do doutorado sanduíche, realizado na Universidade do Porto, em Portugal.

As orientações e recomendações dos professores da UFRN e de outras IES que estiveram presentes nessa trajetória, por ocasião das disciplinas, dos seminários e das avaliações. Destaco aqui as contribuições feitas pelos Professores Lincoln e Ademir, por ocasião do exame de qualificação.

Aos amigos do Grupo de Pesquisa em Estudos Urbanos e Regionais pelos quais nutro sincero respeito e carinho, não só pela ajuda na execução da pesquisa e nas discussões de interesse de todos, mas também pela força, amizade, companheirismo e generosidade de sempre. Estreitar os laços com vocês foi um desses presentes possibilitados nessa caminhada.

Aos colegas da pós-graduação (mestrado e doutorado) que compartilharam momentos de aprendizado por ocasião da convivência nas disciplinas.

Aos técnicos do PPGGe (Elaine e André) pela solicitude e paciência de sempre.

Aos amigos que a vida me trouxe de presente. Deste círculo acadêmico ou de outros, eles me impulsionam, me motivam e me inspiram, com uma energia que deixa a caminhada mais leve. Agradeço a amizade, o carinho, o companheirismo de Kelson (*in memoriam*), Soneide, Jomara, Juliete, Marcelo, Salete, Saulo, Ilton, Michele, Rai, Vani, Micheline, Aline, Hilca, Janaína e Luciene.

Aos que se juntaram a mim por ocasião da pesquisa de campo. Agradeço a Soneide, Moizés, Luciene, Jomara, Lúcio, Rosi, Dara e Vavá.

Ao corpo técnico de vários órgãos públicos visitados para efeito de levantamento de informações secundárias.

Aos sujeitos que dão vida à realidade estudada. Comerciantes e consumidores que dedicaram um pouco do tempo e da atenção para participar das entrevistas ou mesmo de uma conversa informal, nos ajudando a compreender mais dessa dinâmica e dos seus processos.

Aos que chegaram para contribuir com a revisão técnica e gráfica do trabalho (Hionne, Felipe e Alex).

Agradeço àqueles que compartilharam comigo um pouco da experiência de morar em Portugal. Os momentos aprazíveis na companhia de Marília, Pedro, Ana, Maristela, Álvaro, Núbia, César e minha querida Patrícia foram verdadeiro alento para a rotina marcada pela distância de casa, dos familiares e amigos.

Ao Profº José Alberto por ter me recebido e acompanhado de forma competente e solícita na Universidade do Porto, por um período de nove meses. Acompanhar suas aulas, os trabalhos técnicos, as saídas de campo, os eventos dentro e fora da Universidade e ter a oportunidade de compartilhar minhas ideias, discutir e ouvir suas recomendações acerca da pesquisa foi bastante enriquecedor.

À minha família a quem dedico, também, este trabalho e a minha “Bela” que chegou com o início do doutorado e “cuidou” de mim sendo terapia nos momentos difíceis.

Ao companheiro, amigo e também incentivador dessa jornada, Lúcio. Agradeço a paciência, a presença, o carinho e o apoio sereno que me veio como um presente no último ano dessa caminhada.

A todos vocês.... gratidão.

O comércio faz parte da razão de ser da cidade. Viabiliza a sua existência, explica a sua organização e justifica muito do movimento e animação que nesta acontece. Por meio do comércio e dos lugares onde este se exerce, as pessoas satisfazem necessidades, realizam desejos, veicula-se informação, difundem-se inovações, criam-se laços de sociabilidade (SALGUEIRO; CACHINHO, 2009, p. 9-10).

RESUMO

A pesquisa ora apresentada centra-se no estudo sobre a dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio no contexto da produção do espaço urbano de Natal. O direcionamento teórico se aporta na teoria da produção do espaço e em seus conceitos e categorias de análise, mas, também, nos conceitos de cidade, urbano e formas comerciais. Com base no método regressivo-progressivo de Henri Lefebvre, parte-se da leitura do objeto de estudo ao fazer uma descrição do momento atual, para em seguida, regressar ao passado na busca de analisar os diferentes momentos, os processos e os agentes que delinearam a materialidade presente. Por fim, pretende-se retomar o presente elucidado para compreendê-lo em suas contradições e as perspectivas desenhadas para o futuro. Do ponto de vista empírico, reporta-se à produção do espaço urbano da cidade do Natal para compreender os processos recentes que dão sentido à uma nova dinâmica comercial, com a inserção de novos espaços para a prática comercial citadina ao mesmo tempo em que os espaços tradicionais de comércio se mantêm no contexto da cidade. Como metodologia utilizou-se levantamento bibliográfico em livros e periódicos para efeito de discussão teórica, além de coleta de dados secundários em diversos órgãos e pesquisa de campo com o objetivo de empreender observações sistemáticas, entrevistas, bem como produzir material fotográfico sobre a área em estudo. A tese que se defende na pesquisa é a de que ainda que no processo de produção do espaço urbano de Natal, a atividade comercial tenha se expandido para outras áreas da cidade, essa atividade permaneceu nas áreas tradicionais de comércio que compreendem os bairros da Ribeira, Cidade Alta e Alecrim. Os resultados indicam que esse comércio, sobretudo o varejista, de acentuado caráter popular, se refaz no contexto da expansão, modernização e diversificação do comércio citadino. Dessa combinação de processos, tem-se, na atualidade um centro que tradicionalmente sediou a atividade comercial e que mantém condições de centralidade diversas, sendo a atividade comercial, seu ponto de referência. Subjacente a essas condições diversas, tem-se, como resultado, uma dinâmica que vem marcando diferentemente o comércio desses bairros.

Palavras-chave: Comércio. Produção do espaço. Urbano. Áreas tradicionais de comércio.

ABSTRACT

The research now presented is centered in the study of the commercial dynamics of the traditional commercial areas in the context of Natal's production of urban space. The theoretical direction is landed in the theory of production of the space and in its concepts and analysis categories, but also in the concepts of city, urban and commercial forms. Based on the regressive-progressive method of Henri Lefebvre, it was started from reading of the object of study to make a description of the current moment, so that afterwards, it would be returned to the past, seeking to analyze the different moments, the processes and the agents that have delineated the materiality present. Finally, it is intended to resume the elucidated present to understand it in its contradictions and perspectives designed to the future. From the empirical point of view, it is reported to the production of Natal's urban space to understand the recent processes that give meaning to a new commercial dynamic, with the insertion of new spaces to the city's commercial practice at the same time that traditional commercial spaces remain in the city context. As methodology it was used bibliographical search in books and journals for the purpose of theoretical discussion, besides secondary data collection in many institutions and field research with the objective of undertaking systematic observations, interviews, as well as producing photographical material about the area studied. The thesis defended here is that even though in the process of production of the urban space in Natal the commercial activity has expanded to other areas of the city, such activity remained in the traditional commercial areas that contain the neighborhoods of Ribeira, Cidade Alta and Alecrim. The results indicate that this commerce, specially retailing, of a high popular character, is remade in the context of expansion, modernization and diversification of city commerce. From this combination of processes, there is, currently a center that traditionally has hosted the commercial activity and that maintains diverse conditions of centrality, its reference point. Underlying to these diverse conditions, there is, as a result, a dynamic that has been marking differently the commerce in these neighborhoods.

Keywords: Commercial. Production of the space. Urban. Traditional commercial areas.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Página

FIGURAS

Figura 1 - Expansão urbana de Natal/RN de 1599 a 2000.....	51
Figura 2 – Alecrim – Camelódromo (2015)	96
Figura 3 – Alecrim – Comércio varejista tradicional (2015)	97
Figura 4 – Av. Amaro Barreto (2016)	96
Figura 5 – Rua Presidente Quaresma – área com concentração de comércio de embalagens (2014).....	99
Figura 6 – Alecrim – Presença de barracas ocupando a avenida Coronel Estevam (2014)	100
Figura 7 – Cidade Alta – Shopping Popular (Camelódromo)	103
Figura 8 – Cidade Alta – Concentração de óticas na Rua Ulisses Caldas	103
Figura 9 – Ribeira – Rua Frei Miguelinho.....	105
Figura 10 – Ribeira – Museu de Cultura Popular Djalma Maranhão	106
Figura 11 – Vista do bairro da Ribeira retratando área alagada.....	111
Figura 12 - Rua do Comércio (atual Rua Chile)	135
Figura 13 – Rua Dr. Barata	136
Figura 14 – Rua Tavares de Lira – Sec. XX.....	136
Figuras 15 e 16 – Rua João Pessoa (Cidade Alta) – Início e metade do século XX.....	138
Figura 17 – Avenida Rio Branco (Cidade Alta) – segunda metade do século XX.....	139
Figura 18 – Avenida presidente Bandeira (Alecrim)	143
Figuras 19 e 20 – Rua Amaro Barreto (Alecrim) – início e metade do século XX	143
Figura 21 – <i>Shopping Midway Mall</i>	152
Figura 22 – Localização dos estabelecimentos atacadistas ao longo da BR 101	154
Figura 23 – Trecho da Av. Prudente de Moraes.....	174
Figura 24 – Alecrim - Av. Coronel Estevam	178

Figura 25 – Alecrim – Feira do Alecrim	181
Figura 26 – Alecrim – Banca em via pública	182
Figura 27 – Alecrim – poluição por resíduos sólidos e líquidos.....	196
Figura 28 – Produtos dispostos na Av. Presidente Bandeira e vendedor ambulante comercializando pelas ruas da cidade com utilização de motocicleta	203
Figura 29 – Reprodução gráfica da fachada do Shopping Outlet 25.....	207
Figura 30 - Reprodução gráfica da fachada do Microshopping “Pontoum”.....	209
Figura 31 – Divulgação da área de intervenção escolhida pelo BID.	211
Figura 32 – Galeria B 612	213
Figura 33 – Braga/Portugal - Avenida Central.....	222
Figura 34 – Porto/Portugal – Rua de Santa Catarina.	222
Figura 35 – Rua Chile – Algumas fachadas restauradas em 1995.	227
Figura 36 – Roteiro Circuito Histórico.....	230
Figura 37 – Situação de abandono de Edifício “A Samaritana”	231

GRÁFICOS

Gráfico 1 – Natal – Número de domicílios particulares permanentes por zonas administrativas (2000, 2010).....	52
Gráfico 2 – Natal – Percentual de conjuntos habitacionais por região administrativa (2012).....	54
Gráfico 3 – Natal - Número de negócios (2010)	64
Gráfico 4 – Comparativo percentual do comércio entre Natal e Rio Grande do Norte (2010-2013)	64
Gráfico 5 – Natal – Classificação do comércio (2010).....	67
Gráfico 6 – Natal - Pessoal ocupado no comércio (2013)	67
Gráfico 7 – Brasil – evolução dos principais componentes de despesas do orçamento das famílias brasileiras em anos selecionados (em %) (1975, 1987, 1996, 2009)	70
Gráfico 8 – Tempo de funcionamento dos empreendimentos comerciais formais e informais (em anos) (2010).....	75
Gráfico 9 – Natal - Admissões e desligamentos nas empresas comerciais (2007, 2010, 2013, 2015)	79

Gráfico 10 – Natal – Percentual de empresas de comércio varejista e atacadista por zona administrativa (2016).....	89
Gráfico 11 – Natal - Percentual de comércio varejista e atacadista nos bairros estudados e proporção desses comércios em relação à zona leste e a cidade (2016).....	90
Gráfico 12 – Área em estudo – quantitativo de comércio varejista e atacadista (2016).....	91
Gráfico 13 – Área em estudo – quantitativo de atividades econômicas (2015).....	93
Gráfico 14 – Área em estudo – Quantitativo de estabelecimentos comerciais segundo porte (2015).....	94
Gráfico 15 – Área em estudo – número de estabelecimentos comerciais de 2009 a 2015.	177
Gráfico 16 – Área em estudo - Tempo de comércio no bairro.....	193
Gráfico 17 – Área em estudo – Meio de divulgação mais utilizado	194
Gráfico 18 – Área em estudo – Origem dos consumidores.....	197
Gráfico 19 – Área em estudo – Local de aquisição dos produtos	199

MAPAS

Mapa 1 – Localização da área de estudo.....	21
Mapa 2 – Bairros por zona administrativa.	48
Mapa 3 – Natal – Espacialização do comércio.....	82
Mapa 4 – Área de estudo – Concentração comercial (2015)	92
Mapa 5 – Alecrim – delimitação de área comercial.	180
Mapa 6 – Cidade Alta – delimitação de área comercial	187
Mapa 7 – Ribeira – delimitação de área comercial.....	190

QUADROS

Quadro 1 – Definição de percentual de estabelecimentos pesquisados	38
Quadro 2 – Municípios constituintes da RMN e ato normativo.....	58
Quadro 3 – Natal – Quantidade de redes e lojas por segmento.....	153
Quadro 4- Principais grupos em atuação na atividade comercial em Natal/RN	160

Quadro 5 – Motivações que conduzem as intervenções em centros urbanos	215
Quadro 6 – Natal – Conjuntos habitacionais, 2012	263

LISTA DE TABELAS

Página

Tabela 1 – Natal – Quantitativo populacional, crescimento populacional e percentual de população de Natal em relação ao estado (1970, 1980, 1990, 2000, 2010)	46
Tabela 2 – Natal - População residente, percentual de crescimento populacional e densidade demográfica por região administrativa, (2000, 2010)	49
Tabela 3 - Natal - População residente 2000 e 2010	55
Tabela 4 – RMN - População dos municípios (1991, 2000, 2010)	59
Tabela 5 – RMN – Níveis de integração segundo dimensões do movimento pendular (2000, 2010).....	60
Tabela 6 - Brasil – Salário mínimo (1995, 2000, 2005, 2015)	69
Tabela 7 – Natal - Faturamento dos empreendimentos comerciais formais e informais (2010).....	76
Tabela 8 – Natal - Empresas comerciais por ano de fundação e faixa de pessoal ocupado (1966 – 2000)	77
Tabela 9 – Natal – Quantitativo populacional do bairro do Alecrim (1950, 1960, 1970, 1980, 1990)	142
Tabela 10 – Área de estudo - Fatores que desfavorecem o comércio no bairro, 2010)	200
Tabela 11 – Percentual de segmento comercial por bairro	259

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AEBA – Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim
ALI – Agentes Locais de Inovação
BANT – Base Aérea de Natal
BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento
BNH – Banco Nacional de Habitação
CAGED – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
CBTU – Companhia Brasileira de Trens Urbanos
CCA - Centros Comerciales Abiertos
CNAE – Cadastro Nacional de Atividade Econômica
CODERN – Companhia de Docas do Rio Grande do Norte
COFINS – Contribuição para o Financiamento de Seguridade Social
COHAB – Companhia de Habitação
DETRAN-RN – Departamento de Trânsito do Rio Grande do Norte
DIEESE - Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos
DIN – Distrito Industrial de Natal
DRT – Delegacia Regional do Trabalho
EPP – Empresas de Pequeno Porte
FECOMERCIO – Federação do Comércio do RN
IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMS – Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
INOCOOP – Instituto de Orientação de Cooperativas Habitacionais
IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada
IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IPI – Imposto sobre Produto Industrializado
IRPJ – Imposto de Renda – Pessoa Jurídica
ISS – Imposto Sobre Serviços
ITEP – Instituto Técnico-Científico de Polícia
JUCERN – Junta Comercial do Rio Grande do Norte
MDE – Média Empresa

ME – Microempresas
MEI – Microempreendedor Individual
OUR – Operação Urbana Ribeira
PAC – Programa de Aceleração do Crescimento
PEUC's – Projetos Especiais de Urbanismo Comercial
PIS – Programa de Integração Social
PNAD – Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio
PRAC – Plano de Reabilitação de Áreas Centrais
PRODETUR – Programa de Desenvolvimento do Turismo
RAIS – Relação Anual de Informações Sociais
REGIC – Regiões de Influência das Cidades
RMN – Região Metropolitana de Natal
RPDS – Região de Produção do Distrito Setentrional da Petrobrás
SEBRAE – Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa
SEMSUR – Secretaria Municipal de Serviços Urbanos
SEMURB – Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo
SEMUT – Secretaria Municipal de Tributação
SET – Secretaria Estadual de Tributação
SFH – Sistema Financeiro Habitacional
SUDENE – Superintendência de Desenvolvimento do Nordeste
SUS – Sistema Único de Saúde

SUMÁRIO

Página

1 INTRODUÇÃO	19
1.1 CAMINHO TEÓRICO-METODOLÓGICO	28
1.2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	37
2 O COMÉRCIO NA CIDADE DO NATAL COM ENFOQUE NAS ÁREAS TRADICIONAIS DE COMÉRCIO: O PERCEBIDO COMO PONTO DE PARTIDA.....	41
2.1 NATAL E REGIÃO METROPOLITANA EM UMA PERSPECTIVA APARENTE.....	43
2.2A DINÂMICA COMERCIAL EM NATAL: O COMÉRCIO E A ESPACIALIZAÇÃO DE SUAS FORMAS	62
2.3A ESTRUTURA COMERCIAL NAS ÁREAS TRADICIONAIS DE COMÉRCIO DE NATAL.....	85
3 OS DIVERSOS MOMENTOS DA REALIDADE CONSTRUÍDA.....	108
3.1 DA OCUPAÇÃO DE NATAL MODERNA AO INÍCIO DO SÉCULO XX..	110
3.1.1 Os planos urbanísticos e a produção de uma centralidade comercial nas áreas tradicionais de comércio.....	127
3.2 A NATAL DA SEGUNDA GUERRA E SUA AFIRMAÇÃO URBANA.....	131
3.3 A EXPANSÃO URBANA E A DINÂMICA COMERCIAL: DOS IDOS DA DÉCADA DE 1980 AO INÍCIO DO SÉCULO XXI.....	147
4 DA GÊNESE À REALIDADE: A DINÂMICA COMERCIAL DAS ÁREAS TRADICIONAIS DE COMÉRCIO DA CIDADE DO NATAL/RN	156
4.1 O CENTRO E AS DIVERSAS CENTRALIDADES DE NATUREZA COMERCIAL: CONTRADIÇÕES E COMPLEMENTARIEDADES.....	157
4.2 O COMÉRCIO CIDADINO ATUAL E SUAS PERSPECTIVAS FUTURAS: OS CENÁRIOS EM CONSTRUÇÃO	175
4.2.1 Entre permanências e coexistências: uma leitura da realidade atual....	175

4.2.2 “Muitas vidas tem um centro”: as perspectivas futuras	205
4.3 O URBANISMO COMERCIAL COMO POSSIBILIDADE	214
5 CONCLUSÃO	233
REFERÊNCIAS.....	243
APÊNDICE A.....	257
APÊNDICE B.....	259
ANEXO A	263

1 INTRODUÇÃO

O comércio acompanha a formação das cidades numa lógica de origem, haja vista se mostrar como elemento basilar para a reprodução da vida, pois além de sua inspiração de caráter econômico, conforma relevante papel nas relações sociais ao se consubstanciar em espaço de encontro, de troca.

Para além da lógica fundante, o comércio tem assumido, crescentemente, um lugar de destaque na reprodução do espaço urbano gestado no seio de uma sociedade orientada não somente pela produção, mas sobretudo, pelo consumo. Segundo Baudrillard (2011), essa sociedade de consumo localiza-se em um tempo recente da história da humanidade, mais especificamente, após a segunda metade do século XX quando se estreita a relação do homem com objetos traduzidos em serviços e bens que se multiplicam, abundam e justificam o consumo cada vez mais tornando-o essencial na reprodução da vida, mesmo que ultrapasse, e muito, as reais necessidades da sociedade. Essas ideias resultam de um sistema de signos estrategicamente pensados para a disseminação da prática do consumo e que são inerentes à reprodução capitalista.

Na sociedade contemporânea a prática do comércio e, por extensão do consumo tem motivado várias mudanças que, numa perspectiva dialética, dão e adquirem novo sentido ao espaço geográfico, conforme as singularidades de cada lugar. Tal fato amplia as perspectivas dos estudos urbanos, haja vista, a multiplicidade de formas e a dinamicidade dos processos que encerram problemáticas urbanas cada vez mais complexas e que se relacionam ao comércio, delineando dinâmicas espaciais que revelam como se processa a produção do espaço urbano.

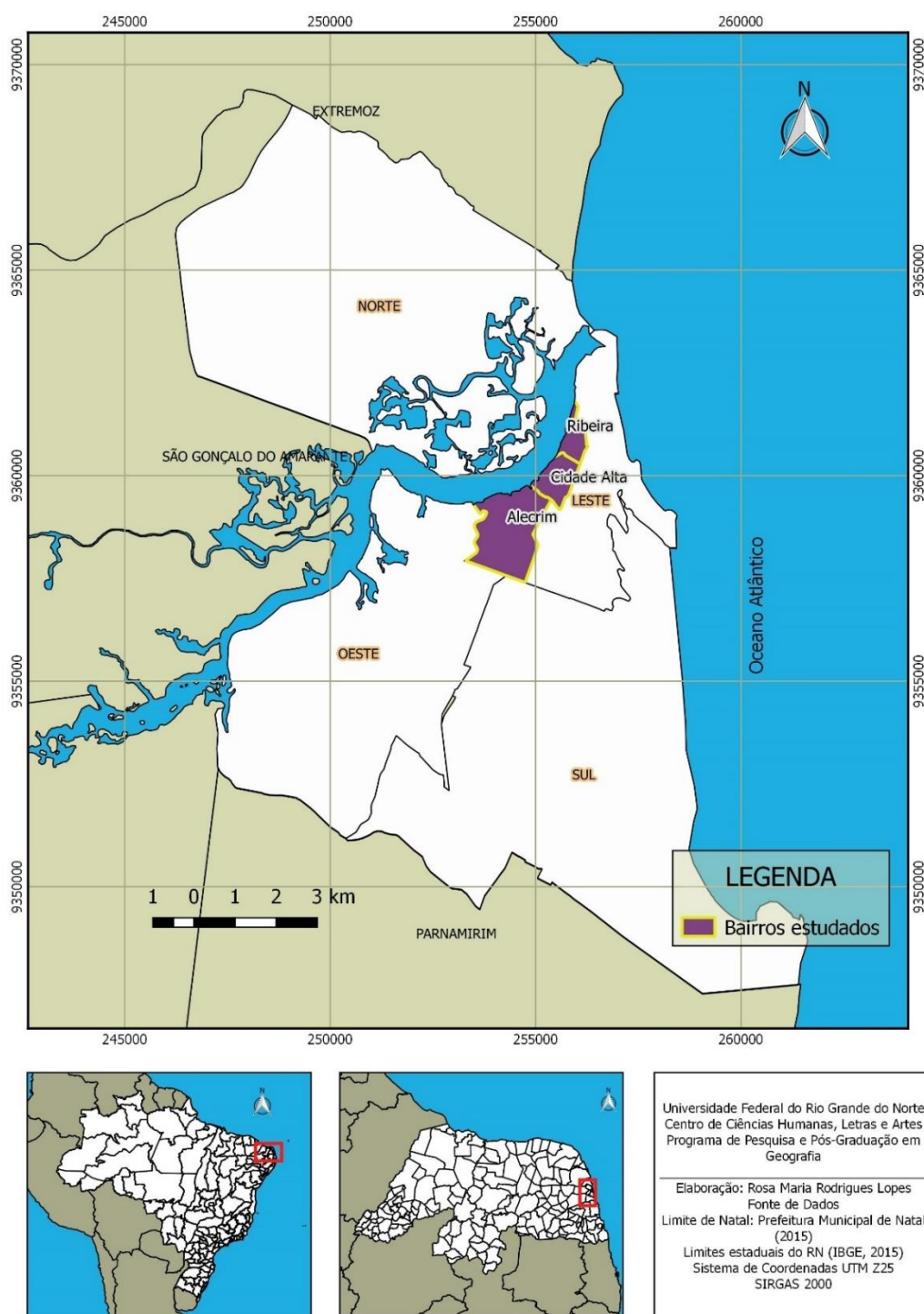
É sob o olhar geográfico que o estudo ora apresentado, busca compreender a dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio no contexto da produção do espaço urbano de Natal, nos últimos quarenta anos, quando se observa uma expansão do tecido urbano da cidade, acompanhada de uma complexificação dada, dentre outros fatores, pela convivência de

formas comerciais tradicionais e modernas, corroborando com um cenário que tem dado ao consumo um lugar de destaque, quando se pensa na dinâmica do comércio e na reprodução da cidade.

Do ponto de vista comercial, foi somente a partir do final da década de 1970 que formas comerciais modernas, a exemplo dos supermercados, começaram a surgir na cidade do Natal. Ao acompanhar a expansão da cidade, impulsionada pela política habitacional, esses estabelecimentos elegeram como localização, além das áreas tradicionais de comércio, outros espaços sob influência dessas áreas e que tinham relação direta com o adensamento populacional, especialmente, as que foram alvos das políticas habitacionais, fato que sinalizou para uma demanda potencial fora das áreas tradicionais de comércio, consideradas nessa pesquisa, as inseridas nos bairros da Ribeira, Cidade Alta e Alecrim (mapa 1).

O recorte espacial a que se refere esta pesquisa trata-se de um espaço específico delimitado para efeito do estudo ora apresentado e que está inserido na área que corresponde ao centro histórico, sendo a atividade comercial, mais um uso que dá identidade a esse centro.

Mapa 1 – Localização da área de estudo



Fonte: Base cartográfica: NATAL (2015); IBGE (2015).

Associada ao comércio observa-se uma ampliação na oferta de serviços públicos e privados que atendem a crescente demanda populacional acentuada pela urbanização do Natal, fato que amplia sua relevância em âmbito

urbanorregional. Tais serviços, representados, principalmente, pela saúde, educação, segurança, finança, telecomunicação, imobiliário, transporte, alimentação e administração, justificam o conteúdo urbano da cidade do Natal, que tem diversificado sua economia para atender à lógica de reprodução do capital e dinamizar o quadro de referência da produção do espaço urbano, que coloca como desafio, a compreensão dessa reorganização do espaço numa concepção geográfica.

Tomando como referência esse quadro, verifica-se um processo de produção do espaço urbano de Natal que tem como pano de fundo, a exemplo de muitos outros espaços, o acentuado crescimento do comércio a se materializar de forma diversificada e ampliar as possibilidades de acumulação capitalista, fato que evidencia, de forma marcante e determinante, a atuação do sistema capitalista a moldar, crescentemente, a lógica urbana.

Em seu contexto de reformulação, a ocupação do espaço urbano se refaz sob uma lógica material que dá à cidade uma característica de mercadoria, modificando os espaços de cotidiano por intermédio de intervenções que impõem à população um consumo produtivo. Os espaços passam, assim, a serem objetos de consumo, que se adequam a padrões de investimentos e infraestruturas capazes de atrair interesses econômicos, sociais, políticos e culturais mediados por uma crescente racionalidade técnica.

Dialeticamente essas lógicas econômicas do consumo se associam às práticas sociais, ao impor novas formas de consumo que se combinam com as já estabelecidas. Elas promovem novas estratégias locacionais, novas centralidades, novos itinerários urbanos e novas formas de apropriação do espaço que reorientam as relações sociais e, de modo específico, a relação entre o público e o privado.

Todo esse cenário sinaliza para um processo de globalização da economia, que suscita, por conseguinte, uma reestruturação produtiva responsável pela descentralização das atividades terciárias, que altera a dinâmica urbana e metropolitana da cidade do Natal e contraria a lógica impressa nos primeiros momentos de construção do território, marcada pelas centralidades: comercial, administrativa, de lazer e serviços no âmbito dos bairros: Ribeira, Cidade Alta e Alecrim. No que pese a modernização, diversificação e expansão territorial do comércio na cidade, verifica-se uma

permanência dessa centralidade, justificada, muito fortemente pela função comercial. Assim, a função comercial das áreas centrais se refaz numa lógica capitalista que condiciona a coexistência de formas comerciais antigas, de base familiar, com novas formas de comércio, a exemplo das redes de franquias e de lojas de departamento. Isso sem intervenções significativas tanto por parte da iniciativa privada, como por parte do poder público.

Esse quadro de referência fundamenta a **tese** de que ainda que no processo de produção do espaço urbano de Natal, a atividade comercial tenha se expandido para outras áreas da cidade, essa atividade permaneceu nas áreas tradicionais de comércio que compreendem os bairros da Ribeira, Cidade Alta e Alecrim. Isto porque esse comércio, sobretudo o varejista, de acentuado caráter popular, se refaz no contexto da expansão, modernização e diversificação do comércio citadino.

Para a afirmação da tese proposta, vários questionamentos foram fundamentais dentre eles, vale destacar: como tem se processado a dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio de Natal articulada à reprodução do espaço urbano da cidade nos últimos quarenta anos, frente à expansão comercial nas demais áreas da cidade?

Isso posto, o objetivo geral da pesquisa é compreender a dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio de Natal no contexto da produção do espaço urbano da cidade a partir da década de 1970. Especificamente, busca-se descrever como se apresenta o comércio na cidade do Natal com destaque para as áreas tradicionais de comércio; investigar os processos presentes na dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio de Natal a partir da segunda metade da década de 1970 e; discutir a gênese da formação e manutenção responsável pela dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio da cidade do Natal.

De início, faz-se importante destacar o significado da palavra dinâmica apresentada para este trabalho. De origem grega (*dynamikós*), dinâmica se refere à mecânica que estuda o movimento dos corpos, relacionando-os às forças que os produzem (FERREIRA, 2001). Além desse significado, a palavra é empregada em um sentido figurado que está atrelado à ideia de reunião de forças, movimento, potencial interno, incentivo, estímulo de alguma coisa. Este último sentido é o que norteia a discussão que ora se apresenta. Nesse

sentido, entende-se que sua utilização nesta pesquisa não está necessariamente atrelada a uma perspectiva econômica de ascendência, mas de movimento, mudança, metamorfose, transformação se revelando singular em cada uma das áreas de estudo.

Outra discussão que merece ser apresentada, diz respeito aos estudos que tomam como referência o comércio, o consumo e sua relação com a cidade. Esses estudos não são recentes na Geografia, mas se refizeram ao longo do tempo, revelando abordagens e caminhos metodológicos variados, haja vista, as profundas mudanças instauradas no seio da sociedade contemporânea que inspiraram novas leituras, além da transversalidade do tema, a exigir conhecimentos produzidos por várias áreas de conhecimento como: Antropologia, Sociologia e Estudos Culturais (CACHINHO, 1999).

A despeito da tradição desses estudos e da diversidade de perspectivas geográficas de abordagem sobre o consumo, os consumidores e o espaço, conforme as correntes de pensamento da Geografia (Nova Geografia, Geografia Marxista, Geografia Humanista e Etnogeografia) nos últimos anos, geógrafos, passaram a se debruçar sobre essa temática, abrindo espaço para uma ampla produção acadêmica (CACHINHO, 1999).

Essa produção do conhecimento ganhou espaço nas discussões sobre o urbano enquanto modo de vida e a cidade enquanto materialidade onde a atividade comercial se desenvolve de forma mais efetiva, se conjugando, inclusive, à sua produção e reprodução. Conforme salientam Salgueiro e Cachinho (2009), ao abordar a relação entre cidade e comércio, o comércio é por excelência uma atividade urbana, mesmo diante de realidades recentes que trazem à tona a relevância crescente do comércio eletrônico. Ainda que reconheçam essa nova perspectiva, defendem que as relações entre comércio e cidade se perdem no tempo, sendo o comércio, a razão de ser das cidades ao afirmar que “em nenhuma civilização a vida urbana floresceu sem a presença das trocas” (2009, p. 9).

Segundo esses estudiosos, as relações entre a cidade e o comércio são dinâmicas e fundadoras, em ambos os sentidos, tendo em vista que a cidade resulta de decisões e práticas dos seus diversos atores que são muito fortemente relacionadas ao consumo, expressando assim, uma dimensão espacial. Por outro lado, esse espaço serve de suporte a essas ações, sendo,

simultaneamente, mediador das relações e agente de diferenciação. Nesses termos, salientam Salgueiro e Cachinho (2009, p. 10):

O comércio faz cidade ao atrair clientes e mercadorias, ao vivificar determinadas áreas e precipitar o declínio de outras, mas a sua evolução, do ponto de vista econômico e espacial, é também influenciada pelas mudanças da sociedade, a transformação dos valores e estilos de vida, a evolução dos aglomerados e as metamorfoses da estrutura urbana.

Ao contextualizar a discussão acerca do comércio e do consumo, Ortigoza ressalta:

Do final do século XX a este início do século XXI, observa-se que os temas comércio e consumo, por muito tempo considerados temas periféricos, voltaram a ganhar destaque nas pesquisas em ciência social, e atualmente vêm ganhando um novo sentido. Embora haja muito ainda a se pesquisar, não podemos deixar de reconhecer que muitos estudos foram desenvolvidos nos últimos anos, os quais têm contribuído para valorização e aprofundamento das reflexões (2010, p. 28).

No Brasil, percebe-se um crescente interesse pela temática, no sentido de estreitar o entendimento desta com a perspectiva urbana que tem revelado nuances múltiplas para os estudos geográficos, bem como para outros campos do saber, muito embora se observe que esses estudos não contemplam, ainda, a vasta dinâmica do comércio frente à riqueza e diversidades de cenários que precisam ser investigados.

Historicamente o debate científico sobre o urbano tem dado à indústria um enfoque especial, entretanto, tem posicionado o comércio, de forma marginal, haja vista ser considerado, há muito, como uma atividade de mera intermediação entre produção e consumidor, o que explica, portanto, no caso brasileiro, a fragilidade de informações estatísticas e a incipiente sistematização de estudos reflexivos que possam encorpar sua perspectiva geográfica, fato que aponta para a necessidade de uma aproximação mais efetiva com esses estudos.

Assim, a justificativa desta pesquisa centra-se na contribuição do estudo para a Geografia, destacadamente para os estudos urbanos. Some-se a isso, o diálogo com outras disciplinas nas discussões sobre o consumo e o comércio e a relação com a cidade. Essas considerações apontam na direção de um

cenário rico em detalhes na relação entre comércio e cidade e, por extensão, na produção e reprodução do espaço urbano, revelando um arsenal de possíveis leituras, tanto sob a ótica da Geografia como de outras áreas do conhecimento. Do ponto de vista geográfico a pesquisa associa-se a outras leituras já realizadas se consubstanciando como uma contribuição de relevo, especialmente, por se direcionar a um recorte espacial, a cidade do Natal, que tem na essência de sua produção e reprodução as atividades terciárias. Ademais, se ampara em leituras teórico-metodológicas de outros campos do saber como forma de ampliar a discussão.

Embora priorize o conteúdo geográfico inerente à relação comércio e cidade, recorre-se à multidisciplinaridade centrando-se, sobretudo, nos estudos sociológicos e filosóficos que ampliam o debate sobre o consumo, com direcionamentos para questões do tipo: a sociedade do hiperconsumo (LIPOVETSKY, 2014); a espetacularização da sociedade (DEBORD, 1997); os discursos e as intencionalidades produzidas; a homogeneização de culturas e gostos, a sociedade de consumo (BAUDRILLARD, 2011); e a vida para o consumo (BAUMAN, 2008).

Geograficamente, o quadro teórico se apoia em pesquisas de estudiosos brasileiros e portugueses, com destaque para: a discussão sobre a cidade e as formas comerciais (PINTAUDI, 1981, 2010, 2013); a Geografia, o consumo e a produção do espaço urbano (ORTIGOZA, 2009, 2010); o comércio varejista e a condição do indivíduo na cidade pós-moderna (CACHINHO, 1999, 2001, 2002, 2006), comércio, consumo, cidade na pós-modernidade (SALGUEIRO, 1996, 1998, 2007), comércio, consumo e reprodução do espaço urbano (SALGUEIRO; CACHINHO, 2002, 2009), o comércio tradicional no contexto urbano, o urbanismo comercial, a valorização de áreas centrais (FERNANDES, 1994/1995, 2000, 2012), (BALSAS, 1999). Esses estudos relacionam-se à perspectiva do consumo, comércio, e sua relação com a produção do espaço urbano que dá à cidade contemporânea, formas diversas.

As discussões que têm como referência o urbanismo comercial e a valorização de áreas centrais foram enriquecidas por ocasião do Doutorado Sanduíche realizado na Universidade do Porto, em Portugal, sob supervisão do professor e pesquisador José Alberto Rio Fernandes. A vivência possibilitou uma maior aproximação com o tema através de leituras complementares,

aulas, orientações e o contato com realidades que foram alvos de intervenções que têm como o pressuposto o urbanismo comercial.

Assim, as orientações teóricas e metodológicas se apoiam, marcadamente, nos estudos de pesquisadores europeus, com destaque para os portugueses que têm construído uma trajetória de referência, sobretudo, com uma abordagem sobre o comércio e suas formas a proporcionar experiências, vivências e práticas urbanas de expressão na produção do urbano.

Não obstante os diferentes estudos nos ajudam a compreender os processos históricos verificados em cidades europeias assim como das cidades brasileiras, a partir dos quais se observa uma série de similitudes que ajudam a compreender a lógica espacial de produção do espaço urbano na contemporaneidade e o sentido que ganham os centros tradicionais dessas cidades. Uma dessas similitudes está na manutenção da dinâmica comercial dessas áreas, seja para atender às demandas de uma população que permanece nelas e complementar o consumo dos habitantes de outros espaços da cidade ou para atender a um público de visitantes em busca de atrativos histórico-culturais, sendo resultado, também, de diversos projetos de intervenção, notadamente, nos centros de cidades.

Do ponto de vista comercial, as mudanças mais acentuadas, no caso português se processaram de forma tardia em relação a outros países da Europa. Conforme salienta Fernandes (2012, p. 76-77):

Até os anos oitenta, a actividade comercial em Portugal viveu de acordo com os padrões que marcaram no essencial o comércio retalhista desde a Revolução Industrial: predomínio da pequena empresa, hegemonia do centro da cidade sobre a envolvente urbana e rural, pela quantidade, diversidade e qualidade da oferta. Trata-se de um modelo que ainda se aproxima do que existe em cidades de menor porte, em contextos marcados por mais reduzido poder de compra da maioria dos consumidores e menor internacionalização e desenvolvimento do sistema comercial.

Na mesma vertente, no caso do Brasil, essas mudanças se processaram mais recentemente, dada a história de construção do território brasileiro se comparado aos países europeus. Tem-se assim que as primeiras formas comerciais modernas, como os supermercados, hipermercados e *shopping centers* só começaram a se instalar no país a partir das décadas de 1950 e de

1960 em um quadro de fomento à industrialização nacional pela substituição de importações, de abertura ao capital externo, e de incremento de infraestrutura urbana.

Assim, o estudo ora delineado debruça-se sobre uma temática que sistematicamente dialoga com os estudos urbanos, fato que condiciona escolhas exigentes de um esforço por assumir responsabilidades intelectuais capazes de construir um arcabouço teórico-metodológico coerente e coeso com a realidade estudada.

1.1 CAMINHO TEÓRICO-METODOLÓGICO

O caminho teórico-metodológico da pesquisa se ampara em escolhas, sendo a teoria da produção do espaço em sua perspectiva urbana, uma delas. Isso posto, entende-se que é no espaço urbano onde se manifestam, de forma mais incisiva, as dinâmicas comerciais, interesse basilar desta pesquisa. Associada a essa predileção tem-se o conceito de reprodução das relações de produção. Ambos, teoria e conceito são trabalhados tomando como referência o filósofo e sociólogo Henri Lefebvre.

O papel central que o espaço ganha na discussão empreendida por Lefebvre, tem lugar de destaque no movimento de renovação da Geografia, conhecido como Geografia Crítica que conheceu na influência marxista estruturalista seu aporte norteador. Assim, numa perspectiva lógico-abstrata, tem-se a passagem de uma lógica espacial para uma dialética espacial. Uma passagem complexa influenciada pelo pensamento de Lefebvre e de geógrafos americanos como: Mark Gottdiener, Neil Smith, Edward Soja e David Harvey (DAMINIANI, 2012).

A produção do espaço, enquanto resultante das relações sociais de produção, coloca aos pesquisadores sociais situações diversas que se consubstanciam como desafios crescentes, haja vista a inserção cada vez mais presente de processos globais que se realizam no plano urbano local. Dessa forma, é no campo dos aspectos produtivos de dimensões econômicas que as relações sociais se inscrevem de forma mais contundente, com expressão de marcas temporais e espaciais diversas que coexistem, dando significado e singularidade à razão de ser de cada lugar.

A teoria da produção do espaço embasa a discussão que ora se apresenta. Essa teoria, desenvolvida, originalmente, por Lefebvre no início da década de 1970, tem inspirado os estudos que tomam como referência o espaço, especialmente, quando se constata a evidência de novas configurações espaciais provocadas pela dinâmica urbana que encontra na globalização, relações cada vez mais próximas.

Essa teoria se firma nos debates contemporâneos das Ciências Sociais, e se consubstancia enquanto importante referencial para os estudos geográficos urbanos. Sua construção apresenta uma forte influência marxista que centra na discussão de produção um embasamento bastante profícuo. A esse respeito Lefebvre (2000, p. 5) salienta:

O espaço não pode mais ser concebido como passivo, vazio, ou então, como os “produtos”, não tendo outro sentido senão o de ser trocado, o de ser consumido, o de desaparecer. Enquanto produto, por interação ou retroação, o espaço intervém na própria produção: organização do trabalho produtivo, transportes, fluxos de matérias-primas e de energias, redes de repartição de produtos. À sua maneira produtivo e produtor, o espaço (mal ou bem organizado) entra nas relações de produção e nas forças produtivas. Seu conceito não pode, portanto, ser isolado e permanecer estático. Ele se dialética: produto-produtor, suporte de relações econômicas e sociais.

A esse respeito Carlos (2011) em seu livro sobre a condição espacial e tomando como referência o pensamento Lefebvrino, ressalta que a sua noção de produção supera as formas morfológicas ou as que, de imediato, se identifica na paisagem, para considerar o conjunto material constitutivo dessa produção, assim como os sujeitos que dão sentido ao processo e a distribuição dos produtos dele resultante. Dessa forma, o espaço é compreendido por Lefebvre como uma instância fundamentalmente relacionada à realidade social. Assim, o espaço não existe por si só, prescinde da produção que se realiza socialmente, o que nos remete ao que ele denomina de espaço social.

O conceito de espaço social se desenvolve, portanto, ampliando-se. Ele se introduz no seio do conceito de *produção* e mesmo o invade; ele se torna o conteúdo, talvez essencial. Então, ele engendra um movimento dialético muito específico, que certamente não revoga a relação “produção-consumo” aplicada às coisas (os bens, as mercadorias, os objetos da troca), mas a modifica ampliando-a. Uma unidade se entrevê entre os níveis freqüentemente separados da análise: as forças produtivas e seus componentes (natureza, trabalho, técnica, conhecimento), as estruturas (relações de propriedade), as

superestruturas (as instituições e o próprio Estado) (LEFEBVRE, 2000, p. 75).

Além do exposto, cabe ressaltar o elemento temporal que em relação com o espaço possibilita a apreensão do espaço social. “O espaço representa simultaneidade, a ordem sincrônica da realidade social. *Tempo*, por outro lado, denota a ordem diacrônica e, assim, o processo histórico da produção social” (SCHMID, 2012, p. 31). Para Lefebvre o tempo se configura como “historicidade impulsionada pelas forças produtivas, orientadas de maneira satisfatória (otimista) pela racionalidade industrial, proletária, revolucionária” (LEFEBVRE, 2000, p. 28).

Ao discutir a teoria da produção do espaço Schmid (2012, p. 90) ressalta que:

Sua significância reside especialmente no fato de que ela integra sistematicamente as categorias de cidade e espaço em uma única e abrangente teoria social, permitindo a compreensão e a análise dos processos espaciais em diferentes níveis.

Tais processos espaciais materializam formas gestadas sob uma lógica urbana capitalista, ao criar um espaço social em um constante processo de produção prático e simbólico. Essa produção se realiza no campo material e também do cotidiano e deixa suas marcas no espaço como expressão de sua totalidade.

Sobre a produção social do espaço, Lefebvre ressalta que esse caminho teórico tem sido

[...] imprevisto e imprevisível há algumas dezenas de anos, quando se vislumbrava a produção e o caráter social da produção somente a partir das empresas e do trabalho produtivo das empresas. Atualmente, o caráter social (global) do trabalho produtivo, isto é, das forças produtivas, transparece na produção social do espaço. Há poucos anos não se podia imaginar outra “produção” que não fosse a de um objeto, localizado, aqui ou ali, no espaço: um objeto usual, uma máquina, um livro, um quadro. Hoje, o espaço inteiro entra na produção como produto através da compra, da venda, da troca de parcelas do espaço (2008, p. 240).

Assim, a compreensão da produção do espaço perpassa pelo entendimento do conceito da reprodução das relações sociais de produção que se verifica para Lefebvre (1973) como um processo complexo que imbuído de

contradições, as repete, reduplica, desloca, modifica e amplifica. O sentido da reprodução dessas relações adquire uma totalidade e uma complexidade que vai além do entendimento marxista da reprodução dos meios de produção, sem, contudo, negá-lo. Dessa forma, a reprodução dos meios de produção de Marx é reconsiderado nos moldes de um sentido mais abrangente, “mas que não deixa de introduzir contudo uma descontinuidade relativa, desigual, mais profunda politicamente do que cientificamente” (LEFEBVRE, 1973, p. 9).

As relações de produção encerram contradições, nomeadamente as contradições de classe (capital/salário) que se amplificam em contradições sociais (burguesia/proletariado) e políticas (governantes/governados). Mostrar como se reproduzem as relações de produção não significa que se sublinhe uma coesão interna ao capitalismo; isso quer dizer, também e sobretudo, que se mostra como se amplificam e aprofundam, à escala mundial, as suas contradições. Sobrepor o modo de produção às relações de produção como a coerência à contradição, essa atitude de uma “prática teórica” tomada em separado tem apenas um sentido: liquidar as contradições, excluir os conflitos (ou pelo menos certos conflitos essenciais), camuflando o que sucede e o que procede desses conflitos (LEFEBVRE, 1973, p. 72).

O conceito da reprodução das relações de produção incide sobre uma totalidade que pressupõe o movimento da sociedade em nível global, muito embora se reconheça que existe uma dificuldade desse entendimento, na medida em que parte considerável das análises se debruça sobre realidades particulares, colocando em um plano secundário o poder das relações capitalistas de produção, ocultando, assim, muitas contradições e conflitos (LEFEBVRE, 1973).

Entendida como processo, a reprodução das relações sociais se fundamenta na constante produção de relações sem, todavia, se consubstanciar em um processo repetitivo e com aspectos ou elementos isolados ideologicamente. Em seu pensar, a ideologia mascara a produção de novas relações, a interação das relações antigas e as diversas contradições do processo. Essas relações são, pois, de diversas naturezas e idades e se imbricam formando um todo que dá sentido lógico e estratégico a determinado momento histórico e são prenhes de contradições. É, portanto, na perspectiva dialética que se entende a reprodução das relações de produção que se processam no espaço e justificam a sua produção (LEFEBVRE, 1973).

O espaço entra em cena como elemento ativo do processo social na manutenção do sistema capitalista em meio às suas contradições que foram reverberadas enquanto crises, com especial destaque para o século que se seguiu a publicação de “O Capital”. Na proposição de Lefebvre (1973), a sobrevivência do capitalismo se processa tomando como referência o espaço como meio, na medida em que o mesmo é ocupado e produzido, tendo como prerrogativa a prática social capitalista justificando a reprodução do capital, mas também as condições da vida social colocadas em um limiar secundário que as inserem em um quadro de necessidades sociais, hoje, mais do que nunca tidas como necessidades urbanas. Essa prática social, em seu incessante movimento sinaliza para o fato de que o espaço “é duração e simultaneidade de atos e ações, situando a possibilidade de compreensão do mundo no plano da práxis” (CARLOS, 2011, p. 23)

Lefebvre supera a compreensão de espaço lógico-formal ao direcionar-se para a produção do espaço, numa perspectiva dialética e mais concreta. “O espaço prático-sensível, aquele da ocupação do espaço por um corpo espacial, é contradito pelo espaço específico, prático-social, produzido por forças produtivas sociais e sujeito aos limites das relações de produção, incluindo as ideologias” (DAMINIANI, 2012, p. 262-263).

As formas comerciais são expressões relevantes dessa produção social do espaço e explicam as constantes transformações nos modos de consumir da sociedade. Dessa forma, essa produção, imbuída de conteúdo social, tem uma localização no espaço que lhe dá sentido e se reveste de significado social. Como enfatiza Carlos (2011) há uma produção do espaço e uma produção das atividades no espaço que justificam uma localização diferencial das atividades humanas no espaço e também um significado material e simbólico.

Ao fazer uma discussão sobre a cidade e as formas comerciais, Pintaui (2013) ressalta que essas formas e seus padrões de localização têm se modificado ao longo do tempo. Para a autora, os diferentes tipos de equipamentos comerciais e sua distribuição no espaço são representativos das transformações sociais, particularmente do mundo da mercadoria. Ao descrever essas mudanças em São Paulo, Pintaui destaca que foi nessa cidade que se deu a entrada de novos padrões comerciais, especialmente, a

partir do século XX com o surgimento das primeiras lojas varejistas de grandes dimensões, a exemplo das lojas de departamentos e de filiais de grupos internacionais que passaram a coexistir com um comércio de menor dimensão e mais artesanal no centro da cidade.

Essas mudanças expressam, em grande medida, o que Lipovetsky (2014) chama de nascimento da “sociedade do desejo”, gestada desde o final do século XIX, quando o consumo passa a obedecer a uma lógica massificada. Ao periodizar essa dinâmica do consumo, o filósofo delimita três fases, definidas sumariamente a seguir. A primeira fase que se inicia no século XIX, se estende até a Segunda Guerra Mundial e caracteriza-se pela necessidade de ampliação do mercado de consumidores que passa a ser trabalhada pela ação da publicidade focada na ideia do consumo de marca. A segunda fase se estende até meados da década de 1980 e caracteriza-se pela consolidação desse consumo de massa, a “sociedade da abundância”, onde o consumo de bens duráveis foi democratizado, a exigir grandes superfícies comerciais para atender um quantitativo crescente de consumidores. A terceira fase, caracterizada como a do hiperconsumo, tem sua lógica direcionada a um conjunto de símbolos distintivos capazes evidenciar a identidade do consumidor, exacerbando suas características individuais, o que exige, portanto, elementos sensoriais e experienciais de *marketing* e um mercado tendencialmente mais segmentado, com produtos e serviços personalizados.

Nesses termos, tem-se um cenário no qual o consumo tem a capacidade de identificar lugares em razão das práticas sociais aí estabelecidas, mas identifica, também, os indivíduos. Como sugere Bauman (2008) em seu estudo sobre a influência do consumo na vida das pessoas, sem se apropriar conscientemente dessa identidade, os consumidores fazem prosperar a prática do consumo, amparados na promessa de satisfação, realização e desejo. Segundo o autor: “A sociedade de consumo tem como base de suas alegações a promessa de satisfazer os desejos humanos em um grau que nenhuma sociedade do passado pôde alcançar, ou mesmo sonhar” (2008, p. 63).

Ao discutir as formas do comércio varejista na cidade, ao considerar o papel do consumo na realidade atual, Pintaudi (2010) destaca:

[...] É possível entender o destaque dado ao consumo, em razão da visibilidade que ele adquiriu, na atualidade, no seio da produção geral de nossa sociedade. É bem verdade que o olhar retrospectivo ao ato de consumir mostra que ele nunca deixou de existir. O aparentemente novo talvez seja a intensidade e a expansão desse momento da produção, conferindo ao consumo uma evidência que, sob certas circunstâncias, parece ter deixado de ser um ato corriqueiro e necessário para a reprodução da vida, passando a ser o seu motivo (2010, p. 180).

De toda essa capacidade de mobilizar recursos, pessoas e bens, fica premente o poder que o consumo apresenta no momento atual ratificando a relevância do papel do comércio e ampliando as perspectivas de estudos relacionais entre ambos. Embora as pesquisas sobre comércio e consumo possam ser analisadas por diversos prismas, como aponta Cachinho (1999), a investigação se fundamenta numa abordagem que toma o consumo na perspectiva da lógica material a transformar-se em objeto ideológico. Assim, o consumo é tomado como categoria de análise importante, haja vista, se configurar como dimensão do comércio em sua relação com produção do espaço urbano de Natal que em seu processo evidencia, enquanto produto, uma reestruturação urbana guardando como característica expressiva, o fomento do espaço enquanto mercadoria, especialmente, quando se observa a apropriação do espaço pela atividade turística, fato que passa a ocorrer mais consistentemente a partir da década de 1990.

Ao se materializar no espaço, o consumo se efetiva como condição das relações sociais de produção, fato que remete seu entendimento como uma categoria de análise geográfica conforme defende Ortigoza (2010). Essa tese para ela, apoia-se na hipótese de que, “o estudo aprofundado do consumo pode representar para a geografia urbana uma nova possibilidade de abordar a dinâmica da produção do espaço na atualidade” (2009, p. 19).

Conforme ressalta Lipovetsky (2014), essa ideia da reprodução do capital orientado pelo consumo, denota uma mudança na perspectiva econômica, na medida em que se passa de uma economia centrada na oferta para uma economia centrada na procura que tem como elemento central o consumidor.

Associado a essas considerações, vale destacar que ao se apropriar do espaço, marcadamente urbano, o comércio é uma das atividades que,

fomentado pelo consumo, redefine sua lógica, e provoca, por conseguinte, uma divisão territorial do trabalho intraurbana e regional. Ademais, revela processos e dinâmicas que complementam o sentido de ser da cidade, imbuídos de formas e práticas de diferentes tempos.

Ao considerar o comércio, o foco central da tese dar-se-á destaque para a relevância e diversidade das práticas comerciais e de consumo no contexto da cidade, especialmente àquelas que compõem o varejo moderno. No que tange ao consumo, este assume papel importante na gestão de uma sociedade moderna que o toma como representação norteadora para as suas vidas. Se a produção do espaço se delinea, também, e muito especialmente, pelo cotidiano, tem-se uma espetacularização orientando as práticas sociais que justifica caracterizá-las na concepção de sociedade do espetáculo como defende Debord (1997). Compreender as variáveis que caracterizam essa sociedade faz-se de fundamental importância para a pesquisa, tendo em vista que a mesma é resultado e condição da produção do espaço na atualidade.

Ao propor um debate acerca da sociedade moderna e de sua relação com o consumo, Cachinho (2006) caracteriza o indivíduo social contemporâneo, simultaneamente, como consumidor e ator dessa prática, definindo-o como *consumactor* a delimitar lógicas de apropriação do espaço urbano que encontram nas formas comerciais sua maior expressão. Ao associar a discussão à caracterização da cidade pós-moderna, o autor afirma:

Se a cidade moderna girava em torno da fábrica e a indústria comandava a sua organização social, cultura e arquitetura, a cidade pós-moderna é acima de tudo um centro de consumo, jogo e entretenimento, organizada em torno dos espaços comerciais e da simulação, dos lugares da hiper-realidade e dos territórios da contemplação. Empenhada em promover o espetáculo, qualquer coisa por mais banal que seja é susceptível de ser representada, tematizada, transformada em objecto de interesse e experiência estética. Todavia, apesar da sua espectacularidade e simbolismo, os espaços de consumo que dão vida à cidade, enquanto realidade material, funcionam apenas como uma pré-condição da sua existência. São necessários, porque fornecem o palco, os cenários e os textos para as representações que alimentam as experiências do consumo, mas de forma alguma são suficientes, porque é no plano simbólico e em diálogo com o consumactor que o espetáculo, as representações e as narrativas são construídas (CACHINHO, 2006, p. 48).

Ao considerar todo esse cenário, faz-se importante perceber que a cidade se torna mercadoria e passa a ser comercializada no mercado de cidades. O espetáculo do consumo produz, assim, as formas citadinas que acabam por incorporar a adjetivação do espetáculo que amplia as condições da divisão territorial do trabalho e dá sentido à “representação que os espaços” adquirem na leitura dos estudiosos, muito embora, tenha sentido, também, os “espaços de representação”, no plano do vivido, com as imagens e símbolos que o acompanham.

O movimento de construção dessa totalidade será apreendido na medida em que práticas espaciais e formas comerciais forem descritas e analisadas como partes desse processo de totalização que compreende a produção do espaço. Conforme aponta Santos:

[...] Cada nova totalização cria novos indivíduos e dá às velhas coisas um novo conteúdo. O processo de totalização conduz da velha à nova totalidade e constitui a base do conhecimento de ambas. O todo pode ser conhecido através do conhecimento das partes e as partes somente podem ser conhecidas através do conhecimento do todo. Essas duas vertentes são, porém, parciais. Para alcançar a verdade total, é necessário reconhecer o movimento conjunto do todo e das partes, através do processo de totalização (2009, p. 120).

Do ponto de vista analítico, a pesquisa tem como base o método regressivo-progressivo, proposto por Lefebvre. O mesmo leva em consideração três momentos da investigação: descritivo, analítico-regressivo e o histórico-genético e tem sua proposição fundamentada na ideia de que a realidade é rica em possibilidades e que o presente não esclarece o real, daí a necessidade da regressão para se buscar o marco da mudança que certamente é rico em contradições.

Sua estrutura de pensamento se pauta na compreensão de que inúmeras contradições estão na base da realidade, fato que aponta, assim, para outros tantos cenários de possibilidades. Conforme lembra Carlos (2011), esse método sugere, assim, a descoberta da gênese, do fundamento, da história da produção do espaço que sob o comando do capital tem um outro significado, dada a crescente valorização do mesmo como mercadoria.

O encaminhamento teórico assinalado será subsidiado por procedimentos metodológicos que ajudam a construir a leitura da realidade

embasada nos fundamentos do método então anunciado cuja base é o pensamento de Lefebvre.

1.2 PROCEDIMENTOS TÉCNICOS

A sistematização de estudos acadêmicos acerca da produção do espaço urbano e sua relação com consumo e o comércio, bem como as informações de caráter estatístico são, ainda, relativamente incipientes, o que dificulta, sobremaneira, a construção de uma referência para a compreensão da realidade estudada e qualifica o estudo como exploratório.

Do ponto de vista dos procedimentos, a pesquisa bibliográfica fez-se presente em toda a construção do referencial teórico, bem como do recorte empírico estabelecido. Ademais, a discussão foi complementada e validada com o apoio de pesquisa documental que fundamenta as informações estatísticas, bem como em outras informações oficiais acerca da urbanização de Natal e mais especificamente do comércio.

Para o levantamento de informações secundárias, faz-se importante destacar que foram consultados órgãos como: Secretaria Municipal de Tributação (SEMUT), Secretaria Estadual de Tributação (SET), Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo (SEMURB), Serviço de Apoio à Micro e Pequena Empresa (SEBRAE), Federação do Comércio do RN (FECOMERCIO) e Secretaria de Turismo. A pesquisa documental se apoiou em planos, programas, projetos, relatórios e outros documentos à temática relacionada, bem como dados estatísticos retirados, a título de exemplo da Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (DIEESE).

O levantamento de dados primários foi realizado, tomando como suporte, o reconhecimento do campo, no sentido de identificar o uso comercial da área em estudo, percorrendo todas as ruas e avenidas dos três bairros e fazendo o registro de todas as atividades distribuídas ao longo dos quarteirões. Esse trabalho foi desenvolvido entre os meses de janeiro e junho do ano de 2017. Como a pesquisa não conta com uma amostra probabilística e se

enquadra em uma característica qualitativa, buscou-se definir um recorte do universo que fosse representativo para o objetivo da investigação. Nesse sentido, foram escolhidas as ruas e avenidas com mais de 50% de uso comercial. Finalizada essa etapa, definiu-se um percentual de estabelecimentos a serem visitados para efeito de pesquisa (quadro 1), o que resultou em 320 entrevistas no Alecrim, 123 na Cidade Alta e 11 na Ribeira, totalizando 456 nos três bairros.

Quadro 1 – Definição de percentual de estabelecimentos pesquisados.

Número de estabelecimentos por quarteirão	Percentual de estabelecimentos pesquisados
1-5	50%
6-10	40%
11-15	30%
Acima de 16	20%

Fonte: Definido pela autora.

No tocante ao comércio, a pesquisa se apoia no quantitativo que define os espaços tradicionais apropriados por essa prática, bem como nos segmentos daí resultantes (vestuário, calçados e acessórios, alimentação, presentes, eletrodomésticos e outros). Além do exposto, as informações estatísticas subsidiaram a compreensão do número de postos de trabalho que o comércio formal mobiliza, assim como do faturamento e tamanho do negócio. Tomadas em séries temporais e distribuídas espacialmente, essas informações foram úteis para a compreensão da dinâmica dessas práticas comerciais e das particularidades que as caracterizam no contexto das áreas tradicionais de comércio de Natal.

Outra estratégia que balizou as informações primárias, diz respeito à observação sistemática realizada por ocasião dos trabalhos de campo e se apoiou no registro de informações acerca da dinâmica e caracterização dos centros tradicionais de comércio. Essas observações foram empreendidas, tendo como protocolo norteador, o registro da localização e tipologia de comércios, considerando a concentração espacial desse tipo de atividade

econômica, bem como os padrões de distribuição e localização. Para ilustrar essas informações foi realizada produção cartográfica pautada no uso de *softwares* de geoprocessamento como QGIS e o ArqGis. O registro fotográfico fez parte do trabalho de campo que contou, também, com entrevistas estruturadas com os consumidores e não estruturada com os comerciantes das áreas estudadas. Foi considerado, também, a caracterização dos diversos agentes de produção do espaço no contexto comercial (Estado, consumidores, iniciativa privada, promotores imobiliários) em suas práticas sociais.

Por se tratar de estudo de caso, a pesquisa verticalizou a análise da dinâmica comercial nos três bairros em apreço, buscando revelar as singularidades que permeiam essa realidade ao considerar as especificidades individuais dessas áreas, bem como ao considerá-las como centro comercial tradicional, se tomado o contexto urbano da cidade.

O texto se estrutura tomando como referência o método regressivo-progressivo sugestivo de três partes aqui entendidas como capítulos que se somam a dois outros capítulos (introdução e conclusão). O capítulo dois debruça-se sobre a descrição do comércio de Natal tomando como elemento norteador o processo de produção do espaço da cidade e sua intersecção com a dimensão urbanorregional sugestiva de uma metropolização formalizada que teve início no final da década de 1990. Na continuidade, aborda as diferentes formas comerciais, expressas na produção do espaço urbano e como o comércio se encontra estruturado nas áreas tradicionais de comércio de Natal.

O capítulo três direciona-se para a retomada de práticas presentes na dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio de Natal. Supera o aparente e caminha rumo ao passado na busca de compreender os diferentes momentos históricos, seus agentes e ações responsáveis pelas singularidades hoje percebidas e descritas no capítulo anterior.

De volta ao momento presente, o capítulo quatro contém a análise da gênese da formação e manutenção responsável pela dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio da cidade e se aporta em considerações sobre os aspectos contraditórios e complementares da dinâmica comercial no contexto da produção do espaço urbano, bem como nas representações do espaço comercial citadino que são anunciadoras de futuro e considera as

práticas de urbanismo comercial, tomando como referência os casos portugueses.

Os capítulos estruturados conforme o método analítico supracitado, são iniciados com um preâmbulo metodológico que sintetiza a construção dos mesmos, no intuito de facilitar a compreensão de seu conteúdo.

Por fim, apresenta-se as conclusões resultantes do processo de investigação científica que deu conteúdo e forma ao texto apresentado no sentido de ampliar a compreensão da tese.

2 O COMÉRCIO NA CIDADE DO NATAL COM ENFOQUE NAS ÁREAS TRADICIONAIS DE COMÉRCIO: A DESCRIÇÃO COMO PONTO DE PARTIDA

À luz de elementos teóricos julgados necessários, as práticas sociais são reveladas no sentido de encaminhar o leitor pelos meandros que perfazem o cenário de interesse desse estudo. Vislumbra-se, nessa perspectiva, o espaço descrito a partir de uma materialidade concreta e traduzida por informações secundárias de órgãos oficiais e pela leitura da observação sistemática, realizada por ocasião dos trabalhos de campo. Assim, o texto que se apresenta compõe-se da descrição da realidade estudada como ponto de partida. Segundo o método de interpretação adotado, o momento descritivo é marcado por uma abordagem horizontal que se pauta na observação do objeto de estudo.

A construção do texto delineia-se a partir de recortes espaço-temporais que se complementam e respaldam a compreensão do comércio no contexto da produção do espaço urbano da cidade do Natal com destaque para as áreas tradicionais de comércio. O primeiro deles atém-se à caracterização da cidade numa leitura temporal recente. O intento é de expressar a configuração atual de Natal, considerando sua dinâmica populacional e expansão urbana em seu espaço o que corrobora para a ampliação da escala geográfica, abarcando a área que corresponde à Região Metropolitana de Natal (RMN) e revelando, por conseguinte, sua influência na dinâmica urbanorregional.

Procura-se mostrar, também, como se processa a dinâmica comercial de uma cidade que ganha sentido enquanto tal, a partir de um terciário moderno, já no final do século XX. Neste momento recorre-se a alguns precedentes socioeconômicos e políticos que marcam a conjuntura nacional e se fazem sentir nos processos espaciais que conformam a produção urbana da cidade do Natal. Essa contextualização subsidia a compreensão do comércio na cidade do Natal, onde se procura delineá-lo tomando como referência suas formas comerciais e como as mesmas estão espacializadas na cidade.

Com o caminho aberto para se entender a dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio da cidade, o estudo se debruçou sobre os aspectos diretamente relacionados à caracterização do comércio e a representação

dessa atividade para o contexto urbano, desenhando a centralidade por ela exercida para o conjunto da cidade.

Além dos procedimentos baseados no levantamento de informações secundárias, realizado em diferentes órgãos públicos, fez-se uso de informações advindas de observações sistemáticas e entrevistas processadas em trabalhos de campo que oportunizaram, também, a produção de material fotográfico.

Uma das dificuldades encontradas no decorrer da pesquisa esteve relacionada à localização de informações secundárias oficiais e fidedignas que permitissem avaliar a realidade estudada. Os órgãos que se debruçam sobre as informações relacionadas à atividade econômica são variados, contudo, em sua maioria representam interesses da classe e detém, quando muito, informações dos estabelecimentos a eles relacionados por intermédio de cadastro oficial, fato que reduz a leitura do comércio a um grupo de empresas, muitas das quais formalizadas, o que distancia ainda mais a compreensão da realidade estudada, haja vista, o número expressivo de micro e pequenos estabelecimentos comerciais informais.

Dessa forma, as informações secundárias aqui utilizadas, se apresentam em nível de generalização que sinaliza para algumas limitações, sobretudo, quando se observa a insuficiência de informações para o recorte espacial relativo aos bairros, associado à ausência de uma série histórica que possa auxiliar no entendimento dos processos que marcam a produção do espaço urbano. Por sua vez, certamente, as limitações que aqui se direcionam ao olhar acadêmico, conformam obscuridades que prejudicam a tomada de decisão no campo das políticas públicas.

2.1 NATAL E REGIÃO METROPOLITANA EM UMA PERSPECTIVA APARENTE

O trabalho de pesquisa toma como contexto de referência o espaço urbano de Natal. Nessa perspectiva, busca-se nesta subseção, discutir o que se considera relevante para a leitura da cidade e de sua Região Metropolitana, elencando informações necessárias à compreensão do objeto de estudo. Recorre-se a alguns elementos de caráter histórico para dar respaldo à configuração territorial que ora se apresenta e, conseqüentemente, explora-se em algumas linhas a produção do espaço urbano de Natal e sua influência sobre o entorno.

A cidade do Natal apresenta uma intensa urbanização acompanhada de um relevante significado no contexto do Rio Grande do Norte e, mais especificamente, em sua Região Metropolitana. É na capital onde se concentra o maior número de atividades terciárias do estado, não somente em termos quantitativos, mas, também, qualitativo em relação ao porte dos empreendimentos e ao volume de capital movimentado por eles. Isso se traduz por consequência, em um volumoso fluxo de pessoas, serviços e bens que dá à dinâmica urbana citadina um papel de destaque. Porém essa leitura resulta de processos espaciais relativamente recentes que deram significado à reprodução do espaço urbano de Natal e que serão apresentados e discutidos na sequência.

Uma reflexão inicial direciona-se ao povoamento de Natal, que esteve atrelado inicialmente ao contexto de ocupação dos espaços litorâneos e áreas próximas, a exemplo do que ocorreu em parcela majoritária do território brasileiro. Natal, que já nasceu cidade, foi fundada em 1599, tendo um adensamento populacional inicial concentrado nos bairros que correspondem hoje à Ribeira e à Cidade Alta. Com poucos habitantes e atividades que demandaram uma inexpressiva expansão urbana, a cidade que concentrou, durante três séculos basicamente as atividades administrativas, a atividade portuária para o escoamento da produção e um incipiente comércio, se manteve sem alterações consideráveis até o início do século XX, quando foi possível verificar um aumento populacional justificado, dentre outros

elementos, pelos movimentos migratórios impulsionados por secas ocorridas no interior do estado e em estados vizinhos.

Conforme afirma Silva (2010), do ponto de vista urbano, Natal é filha do século XX, haja vista que foi somente a partir desse momento que foi possível observar uma dinamização econômica consorciada a um crescimento da infraestrutura urbana com vistas à modernização. Exemplos materiais dessa modernização foram: a incorporação de novos elementos arquitetônicos, urbanísticos e culturais, instalação de redes de saneamento, construção de prédios públicos, pavimentação e drenagem, criação de instrumentos de planejamento urbano e o fortalecimento da imagem da cidade como principal centro urbano norte-rio-grandense, a partir da reforma do porto e da instalação de uma nova estação de trem.

O evento que proporcionou um incremento populacional de maior expressão, acompanhado de um maior adensamento urbano foi a instalação de uma base norte-americana, vizinha a Base Aérea de Natal (BANT), em 1942, por ocasião da Segunda Guerra Mundial, no território que hoje compreende o município de Parnamirim, desmembrado de Natal em 1958. Nesse período o aumento populacional foi de 88,22%, entre 1940 (54.836) e 1950 (103.215) (COSTA, 2000), fato que contribuiu para a expansão do comércio e estímulo ao setor imobiliário. Os registros históricos indicam que somente de soldados, a população foi acrescida em 10.000 o que correspondeu na época a 1/5 da população residente.

No que pese a relevância desse evento para a urbanização de Natal, ela só se processou, de forma mais contundente, no espaço, com as políticas habitacionais implementadas a partir de 1963, tendo como elementos de destaque a elaboração do primeiro Plano Habitacional Popular e depois a criação do Banco Nacional de Habitação (BNH), responsável pelo subsídio habitacional que respaldou a expansão de conjuntos habitacionais nas zonas oeste, sul e norte da cidade entre as décadas de 1960 e 1970, a exemplo dos conjuntos: Neópolis (1967), Jiqui (1975), Alagamar (1979), Candelária (1975), Conjunto Universitário (1967), Lagoa Nova I (1975), Lagoa Nova II (1976), Mirassol (1967), Ponta Negra (1978), Cidade da Esperança (1967), Igapó (1977), Panatis (1979), Panorama (1975), Potengi (1975) e Soledade (1978) (MEDEIROS, 2013). Além da política habitacional tem-se, na Zona Norte, a

instalação do Distrito Industrial de Natal (DIN) que ampliou a oportunidade de emprego para as pessoas que estavam se instalando nessa área.

A urbanização da cidade do Natal ganhou expressividade nas décadas seguintes (1980, 1990 e 2000) em razão de diversos elementos dentre os quais se faz importante destacar: a instalação da Região de Produção do Distrito Setentrional da Petrobrás (RPDS) no final da década de 1970 e início da década de 1980; a valorização do espaço em razão da atividade turística, fomentada por políticas públicas de turismo, sendo as mais expressivas, a Política de Megaprojetos Turísticos, implementada no início da década de 1980 e do Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR), desenvolvido entre o final do século XX e início do século XXI.

Além desses elementos de atração, a cidade passou a receber fluxos populacionais vindos do interior do estado motivados por agravantes socioeconômicos a exemplo da crise das economias tradicionais, muito especialmente da trilogia algodão, gado e agricultura. Essas ocorrências justificaram, a partir da década de 1960, em nova organização do território do estado que direcionou à Natal e Mossoró um importante afluxo de pessoas, adensando essas cidades e ampliando as perspectivas de urbanização do espaço.

A crescente demanda impulsionou o crescimento do terciário que, em consórcio com políticas públicas como o Programa Nacional de Cidades Médias e de incentivo à industrialização fez vigorar o suporte e a manutenção urbanos de centros como Mossoró e Natal, projetando-os no contexto regional. O resultado desse quadro de reconfiguração do território foi a maciça migração para Mossoró e Natal de trabalhadores desempregados e a consequente marginalização social, pois estes não foram absorvidos em toda sua contingência pelo mercado de trabalho disponível nos dois municípios.

Em seu estudo sobre o processo de urbanização de Natal, Cunha, afirma:

Natal era considerado o lugar que oferecia alternativas de sobrevivência, sede do comércio, dos organismos públicos e privados, e os imigrantes constituíam a força de trabalho abundante e barata, ajudando os comerciantes a acumular capital e riquezas. O Alecrim foi um dos bairros que mais abrigou essa população (1987, p. 13).

Os dados dos censos demográficos a partir de 1970 corroboram com esse contexto delineado de forma relativamente recente, dada a história de crescimento populacional de outras capitais nacionais que têm histórico de concentração de um importante contingente populacional se comparado aos demais municípios do estado. De 1970 para 1980, a população do município de Natal quase dobrou passando de 270.127 para 428.721, o que correspondeu a um aumento de 58,7%. Esse percentual de crescimento baixou entre as décadas de 1980 e 1990 (41,5%) e sofreu um arrefecimento maior entre as décadas de 1991 e 2000 (16,9%) e 2000 e 2010 (13,2%). Em 1970 Natal concentrava um percentual de 17,5% da população do estado, passando para 22,5% em 1980, 25,1% em 1991 e mantendo esse percentual da ordem de 25% nos anos de 2000 e 2010, conforme demonstram os dados da tabela 1.

Tabela 1 – Natal – Quantitativo populacional, crescimento populacional e percentual de população de Natal em relação ao estado (1970, 1980, 1990, 2000, 2010)

Ano	População	Crescimento (%)	% população de Natal em relação ao estado
1970	270.127	-	17,5
1980	428.721	58,7	22,5
1991	606.887	41,5	25,1
2000	709.536	16,9	25,5
2010	803.739	13,2	25,3

Fonte: IBGE, Censos demográficos, 1970, 1980, 1990, 2000 e 2010.

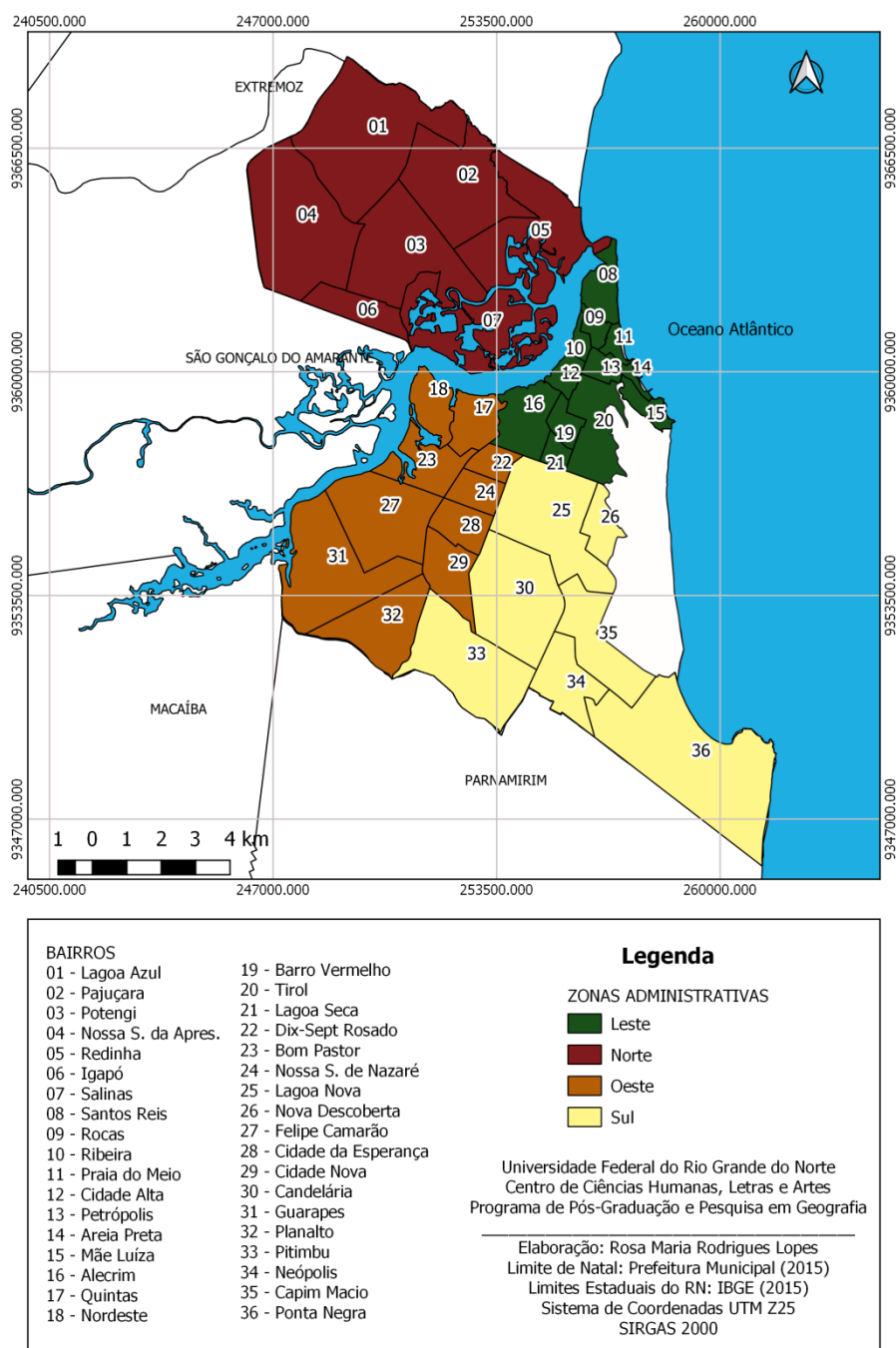
Os maiores percentuais de crescimento verificados nas décadas de 1980 e 1990 têm estreita relação com os movimentos migratórios em direção à capital do estado. Após esse período, os fluxos populacionais foram redistribuídos para municípios como: São Gonçalo do Amarante, Extremoz e Parnamirim que se localizam na região do entorno o que provocou um arrefecimento no percentual de crescimento populacional de Natal. Dessa forma, mesmo com o registro de aumento ao longo das últimas décadas em Natal, no espaço de tempo de dezenove anos (1991-2010) é possível identificar uma retração no percentual de crescimento populacional, em relação às décadas anteriores, fato que possivelmente está atrelado à migração dentro da própria RMN.

Diferente dos países europeus a urbanização no Brasil, bem como de outros países em desenvolvimento, só ganhou sentido na segunda metade do século XX quando da implementação de um projeto de modernização, via industrialização com importante repercussão na composição de infraestrutura urbana e industrial numa proposta de substituição de importações. Nesse período, houve um aumento demográfico nos centros urbanos de forma considerável e o país passou a concentrar maior parte de sua população residindo em cidades a partir da década de 1970. Em 1960 a taxa de urbanização do país era de 44,67% e passou para 55,92% em 1970 (IBGE, 2007).

Ainda que a cidade tenha apresentado historicamente uma urbanização diferenciada dos demais centros urbanos brasileiros, tendo em vista, a lentidão verificada em relação ao crescimento populacional desde sua fundação até o século XX, foi somente na segunda metade desse século que Natal muito rapidamente se adensou e se urbanizou, passando a aparecer como totalmente urbana no censo demográfico de 1980.

Em 2017, a cidade conta com 36 bairros distribuídos em suas quatro zonas administrativas (Lei ordinária 3.878/89): Zona Sul (Lagoa Nova, Nova Descoberta, Candelária, Capim Macio, Pitimbu, Neópolis e Ponta Negra); Zona Norte (Lagoa Azul, Pajuçara, Potengi, Nossa Senhora da Apresentação, Redinha, Igapó e Salinas); Zona Leste (Santos Reis, Rocas, Ribeira, Praia do Meio, Cidade Alta, Petrópolis, Areia Preta, Mãe Luíza, Alecrim, Barro Vermelho, Tirol e Lagoa Seca) e Zona Oeste (Quintas, Nordeste, Dix-sept Rosado, Bom Pastor, Nossa Senhora de Nazaré, Felipe Camarão, Cidade da Esperança, Cidade Nova, Guarapes e Planalto) (mapa 2).

Mapa 2 – Bairros por zona administrativa.



Fonte: NATAL (2014).

A zona leste é que apresenta maior densidade demográfica (71,40 hab/km²), onde se iniciou o processo de expansão urbana da cidade, dando origem aos novos bairros a partir da Cidade Alta e Ribeira. Mesmo que se constate essa informação relativa à densidade demográfica e dinâmica terciária dos bairros que compõem essa região, os dados populacionais mostram que

houve um crescimento negativo de 0,6% desse espaço entre os anos de 2000 e 2010, com um déficit de 809 pessoas (tabela 2). Certamente esse dado encontra explicação e justificativa na migração dentro da própria cidade e em relação aos municípios do entorno como expressão da expansão urbana, conforme já apontado pelo texto.

A cidade cresceu em direção às zonas sul, oeste e norte como resultado da política habitacional iniciada na década de 1960 e intensificada na de 1970, fato que refletiu no seu crescimento populacional. As zonas oeste e norte foram as que registraram os maiores percentuais desse crescimento de 2000 para 2010, sendo 11,6% correspondente à zona oeste e 24,0% à zona norte.

Tabela 2 – Natal - População residente, percentual de crescimento populacional e densidade demográfica por região administrativa, (2000, 2010)

Região administrativa	População residente 2000	População residente 2010	Crescimento populacional (%)	Densidade demográfica
Zona Norte	244.743	303.543	24,0%	58,12
Zona Sul	155.882	166.491	6,8%	36,43
Zona Leste	116.106	115.297	-0,6%	71,40
Zona Oeste	195.584	218.405	11,6%	61,07

Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2000 e 2010.

Entre os anos de 2000 e 2010 a zona norte da cidade foi a que apresentou o maior quantitativo populacional que passou de 244.743 pessoas residentes em 2000 para 303.543 em 2010. Com essa demanda, tem-se observado um importante crescimento do terciário, como será apresentado na subseção que segue.

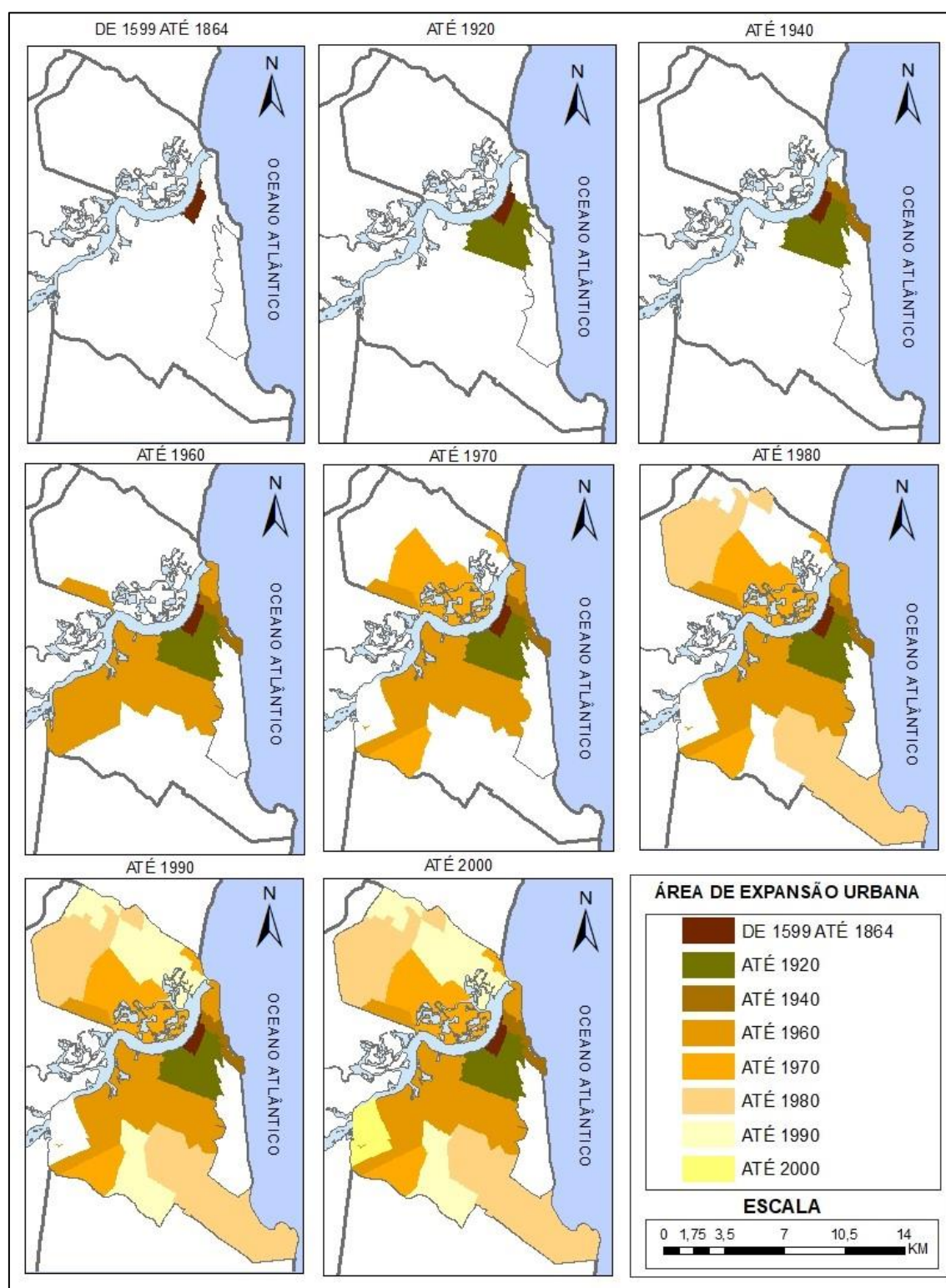
Segundo Araújo (2004), em sua pesquisa que trata da produção do espaço da zona norte de Natal, essa área manteve, até a década de 1990, uma certa homogeneidade fundamentada, de forma mais efetiva, em sua função habitacional. Assim, o uso e ocupação do solo se dava, basicamente, com habitação, realidade que atribuía a essa área a condição de espaço dormitório. Contudo, a demanda populacional associada à necessidade de reprodução da economia via ampliação da atividade comercial, requisitaram uma dinâmica sócioespacial mais diversificada, de modo a atender suas necessidades

básicas, especialmente no que tange aos serviços e ao comércio. A esse respeito destaca:

[...] uma nova dinâmica sócio-espacial passou a emergir por meio da instalação de atividades do setor terciário, dando uma outra feição ao espaço em questão, fazendo com que a Zona Norte venha passando da condição de área residencial, assumindo um papel de dinamismo econômico, apontando para uma aparente integração da cidade do Natal, por meio da periferização do setor terciário: atividades que se concentram em outras áreas da cidade e se expandem em direção à área em questão, incidindo sobre esta como um reflexo do processo de expansão do terciário na cidade do Natal, mesmo que de forma tardia (ARAÚJO, 2004, p. 53).

Essa realidade urbana vivenciada pela cidade do Natal nas últimas décadas do século XX e início do século XXI, resultou em novos vetores de expansão urbana, que se deu, sobretudo, pelo adensamento populacional, sendo a zona norte um importante exemplo. Como é possível observar na figura 1, essa expansão ganhou sentido, de fato, da segunda metade do século XX, se reforçando tanto na zona norte como na zona sul da cidade a partir da década de 1980.

Figura 1 - Expansão urbana de Natal/RN de 1599 a 2000.



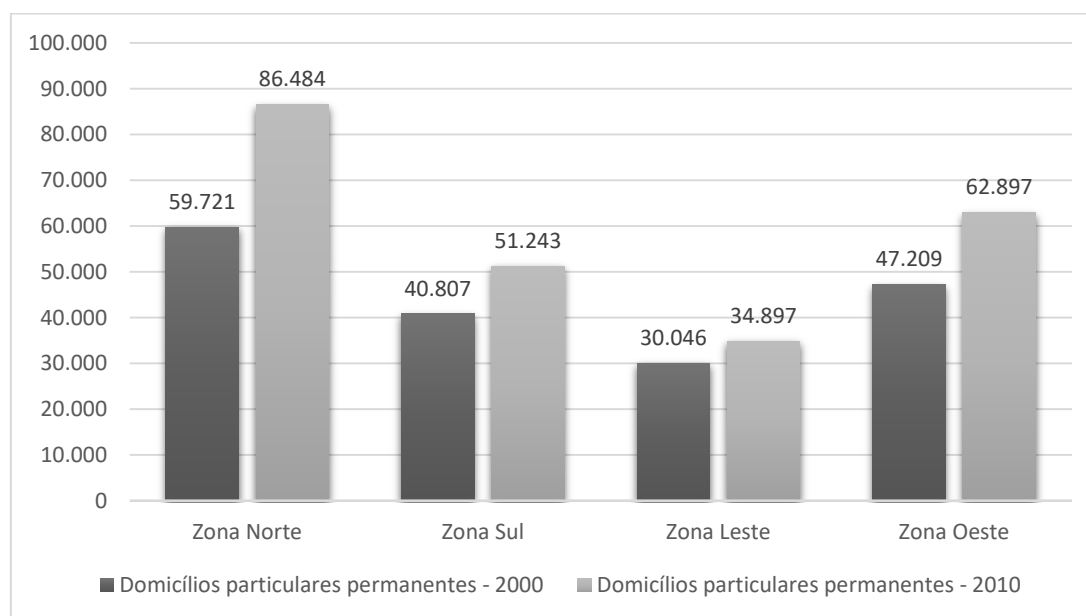
Fonte: Natal (2008).

Enquanto isso, foi possível observar um arrefecimento no número de domicílios particulares permanentes na zona leste da cidade que apesar de ter

apresentado um percentual de crescimento populacional negativo entre os anos de 2000 e 2010, registrou um aumento de 4.851 domicílios (gráfico 1). Ao considerar que essa região congrega os bairros inicialmente ocupados na história de Natal, certamente essa informação deve-se ao fato desses bairros concentrarem um maior número de pessoas idosas.

As demais zonas administrativas registraram crescimento no número de domicílios particulares permanentes, acompanhando a lógica de crescimento populacional como visto na tabela 2.

Gráfico 1 – Natal – Número de domicílios particulares permanentes¹ por zonas administrativas (2000, 2010).



Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2000 e 2010.

A materialidade do crescimento urbano da cidade, como visto, deu-se em razão de uma série de intervenções políticas, sendo a política habitacional a mais contundente. Muitos conjuntos habitacionais foram construídos na cidade, ampliando, de forma efetiva, o uso do solo urbano.

Essa política habitacional foi respaldada pelo BNH, criado em 1964, durante o regime militar. Tem-se, assim, a partir da década de 1960 em todo o país a consolidação da intervenção estatal na construção em larga escala de

¹ Domicílio construído com o propósito de servir exclusivamente para habitação e, na data de referência, tinha a finalidade de servir de moradia a uma ou mais pessoas (IBGE, 2011).

unidades habitacionais, o que deu sentido à expansão do espaço urbano das cidades e Natal foi um exemplo desse cenário.

A política que deu margem à criação de vários conjuntos habitacionais tem sua atuação consolidada conforme a faixa de renda da população atendida. As famílias com menor poder aquisitivo foram atendidas pela Companhia de Habitação (COHAB) e as famílias de renda média foram atendidas pelo Instituto de Orientação de Cooperativas Habitacionais (INOCOOP). Até o ano de 1986 quando foi extinto, o BNH se lançou, também, nos investimentos em infraestrutura urbana como em eletricidade, pavimentação e estradas, para subsidiar sua política habitacional.

Em Natal, conforme visto, os primeiros conjuntos habitacionais foram construídos na segunda metade da década de 1960 e foram localizados nas áreas periféricas em relação ao centro histórico, como os conjuntos Cidade da Esperança, Boa Vista e Neópolis. Acompanhando a expansão da cidade em direção à Zona Norte, a partir da década seguinte, foram construídos os conjuntos habitacionais nessa área da cidade para a população de baixo poder aquisitivo. Nesse momento os conjuntos da zona sul foram se adensando também. No entanto, essa lógica de crescimento urbano por intermédio dos conjuntos habitacionais se manteve nas décadas seguintes (1980 e 1990) se avizinando dos limites do município de Natal, já sinalizando para o transbordamento dessa demanda populacional em relação aos municípios próximos (MEDEIROS, 2013).

Ao se remeter à essa expansão urbana via política habitacional, Medeiros (2013) destaca:

Essa proporção expressiva de moradias em conjuntos habitacionais torna singular o estudo dessa política urbana. Os empreendimentos dos conjuntos habitacionais significaram para Natal bem mais do que o acesso à habitação em nível individual, mais do que o atendimento de casa própria às famílias: a política dos conjuntos residenciais configurou o seu espaço urbano. Essa provisão de habitação colocou a cidade na agenda do crescimento urbano, possibilitando a expansão das infraestruturas de acesso, de abastecimento de água e rede elétrica (2013, p. 13).

Essa política teve uma repercussão tão imponente no âmbito do tecido urbano da cidade que a implementação desses conjuntos, associada à infraestrutura urbana serviram de base para a formação e regulamentação de

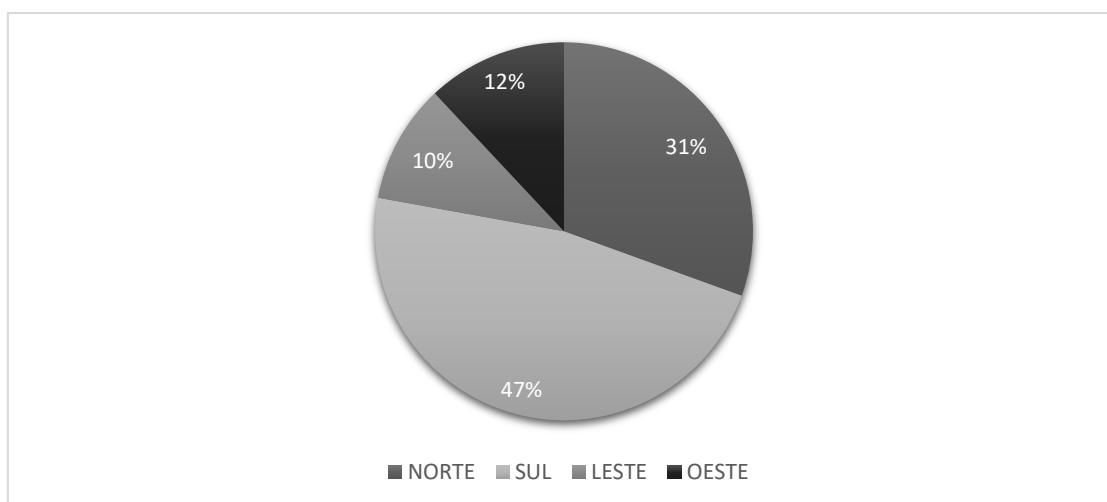
bairros, alguns dos quais receberam o mesmo nome dado ao conjunto habitacional.

No tocante às atividades produtivas responsáveis pela ocupação da população e pela dinâmica urbana de Natal, a exceção da indústria localizada na zona norte de Natal e entre os municípios de Parnamirim e Natal, o comércio e os serviços continuaram concentrados majoritariamente nos bairros do Alecrim, da Cidade Alta e da Ribeira que marcaram a ocupação inicial da cidade, com destaque para os dois primeiros.

A expansão dessas atividades em direção às outras áreas da cidade, bem como o surgimento de novas e modernas formas de comércio e serviços, passou a ser verificada a partir da década de 1980, se intensificando na década seguinte como será discutido na subseção seguinte. A maior parte da cidade até esse período concentrou uma função residencial muito expressa pelos conjuntos habitacionais, contabilizados em mais de 150 no ano de 2012, distribuídos nas quatro zonas administrativas (anexo A) (NATAL, 2014).

A maior concentração desses conjuntos habitacionais encontra-se nas zonas norte e sul que juntas perfazem um percentual de 78% de todos os conjuntos habitacionais da cidade, com destaque para a zona sul que detém 47% do total (gráfico 2). O adensamento populacional nas zonas leste e oeste deu-se, preponderantemente, de forma espontânea.

Gráfico 2 – Natal – Percentual de conjuntos habitacionais por região administrativa (2012)



Fonte: NATAL, 2014.

As informações sobre o quantitativo populacional de Natal, por bairro, entre as décadas de 2000 e 2010 (tabela 3), é possível observar, numa visão geral e abrangente, que o aumento populacional tem se dado na cidade como todo, corroborando com as informações apresentadas na tabela 2.

Na zona norte de Natal tem-se os maiores crescimentos populacionais entre 2000 e 2010, muito especialmente nos bairros de Nossa Senhora da Apresentação e Pajuçara (tabela 3) que concentram o maior número de conjuntos habitacionais. Outro destaque diz respeito ao bairro do Planalto, na zona oeste, que apresentou um aumento populacional de 16.898, o equivalente, em termos percentuais, a 118%. Sem dúvida, no contexto da cidade esse foi o bairro que obteve o maior crescimento no número de pessoas. Os demais bairros da zona oeste da cidade e a zona sul apresentaram um equilíbrio no crescimento populacional.

Tabela 3 - Natal - População residente 2000 e 2010.			
Zona	Bairro	Ano	
		2000	2010
Norte	N. Senhora da Apresentação	56.522	79.759
	Pajuçara	42.130	58.021
	Lagoa Azul	50.413	61.289
	Potengi	56.259	57.848
	Redinha	11.504	16.630
	Igapó	27.032	28.819
	Salinas	883	1.177
Sul	Lagoa Nova	35.569	37.518
	Nova Descoberta	12.481	12.467
	Candelária	18.684	22.391
	Capim Macio	20.522	22.760
	Pitimbu	22.985	24.209
	Neópolis	22.041	22.465
	Ponta Negra	23.600	24.681
Leste	Santos Reis	6.820	5.641
	Rocas	10.525	10.452
	Ribeira	2.110	2.222
	Praia do Meio	4.193	4.770
	Cidade Alta	6.692	7.123
	Petrópolis	5.105	5.521
	Areia Preta	2.652	3.878
	Mãe Luíza	16.058	14.959
	Alecrim	32.356	28.705

	Barro Vermelho	8.145	10.087
	Tirol	14.799	16.148
	Lagoa Seca	6.651	5.791
Oeste	Quintas	29.751	27.375
	Nordeste	11.436	11.521
	Dix-sept Rosado	16.141	15.689
	Bom Pastor	17.984	18.224
	Nossa Senhora de Nazaré	15.623	16.136
	Felipe Camarão	45.907	50.997
	Cidade da Esperança	20.235	19.356
	Cidade Nova	15.778	17.651
	Guarapes	8.415	10.250
	Planalto	14.314	31.206

Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2000 e 2010.

A zona leste da cidade registrou uma diminuição no quantitativo populacional e os bairros que responderam por essa estatística foram cinco: Santos Reis, Rocas, Mãe Luíza, Alecrim e Lagoa Seca. No Alecrim está o maior número negativo em termos absolutos, o que corresponde a 3.651 pessoas a menos no espaço de tempo de 10 anos ou uma diminuição de 11,28% da população do bairro. Muito provavelmente essa realidade está associada: ao aumento no número de estabelecimento comerciais; à expansão urbana da cidade com a construção de um número expressivo de conjuntos habitacionais em outras zonas administrativas²; e ao envelhecimento da população residente nesse bairro que foi o quarto bairro oficializado na cidade. Há muito se observa que a característica comercial do bairro vem se mantendo e até ganhando expressão como será apresentado e discutido na subseção 2.3.

Hodiernamente, a dinâmica da cidade é dada, sobretudo, por processos espaciais de inspiração econômica que encontram no terciário seu vetor principal, fato que tem revelado uma diversidade de formas comerciais e de serviços pulverizadas em todas as áreas da cidade, mesmo com

² Para o período em análise, a política habitacional a que se refere o texto é, destacadamente, o Minha Casa, Minha Vida.

comportamento diferenciado segundo a área de instalação e os interesses que marcam a singularidade dos espaços intraurbanos.

Essa notória urbanização coloca Natal em um contexto de centralidade, exercendo forte influência em muitas cidades da rede urbana norte-rio-grandense, que se expressa pela condição de capital regional de nível 1, conforme estudo do IBGE intitulado, Regiões de Influência das Cidades (REGIC) realizado em 2007. Essa classificação significa que a cidade apresenta uma capacidade de gestão no nível inferior ao das metrópoles e que abarca área de influência em âmbito regional, sendo destino de conjunto de atividades para grande número de municípios. Dentre as diversas variáveis que compõem o estudo, a que apresenta indicador mais expressivo na relação de influência de Natal com outras cidades é a diversidade do comércio que classifica a cidade como nível 1. Em consórcio com os serviços, Natal recebe uma classificação de nível 2 (IBGE, 2007).

O que importa perceber nesse contexto é a centralidade no âmbito estadual que Natal adquiriu nos últimos anos, tomando como atividades de destaque o comércio e os serviços, fato que tem revelado um terciário de claro significado no âmbito dos processos espaciais e, por conseguinte, da dinâmica espacial da cidade.

Assim, para além da urbanização consubstanciada pelo incremento populacional, dentre outros fatores pela implementação de políticas de habitação e de industrialização, a cidade passou a apresentar uma maior diversificação e especialização de atividades econômicas que sinalizaram para uma densidade urbana, dada a dinâmica mais intensa da cidade, reflexo da diversidade de práticas sociais que mobilizam novos e múltiplos atores movidos segundo interesses diversos, mas muito relacionados à reprodução do capital como é preconizado no processo de produção de toda e qualquer cidade capitalista.

Os efeitos dessa dinâmica nas últimas décadas do século XX foi um aumento da mancha urbana, abrangendo novos espaços em direção aos municípios circunvizinhos, como São Gonçalo do Amarante e Extremoz a partir do crescimento da zona norte e Parnamirim que passou a se caracterizar, de forma expressiva, como cidade dormitório para as pessoas que trabalham e/ou estudam em Natal, revelando, nesse contexto, um crescente movimento

pendular entre essas cidades e uma ampliação dos espaços de referência da vida, conforme analisa Ojima (2015) ao discutir os movimentos pendulares³ na RMN.

É possível falar de um efeito de transbordamento de Natal em relação a esses municípios, justificando, dessa forma, a institucionalização da Região Metropolitana (RM), muito embora não seja possível verificar esse efeito em relação aos demais municípios que foram inseridos nos últimos anos à RMN. Dessa forma, tem-se a inserção de alguns (Arês, Goianinha, Maxaranguape, Vera Cruz, Monte Alegre e Ielmo Marinho) que estão distantes de apresentar uma acentuada característica de urbanização e integração urbana à capital atendendo ao que requer a formalização de uma RM.

Em 16 de janeiro de 1997, a institucionalização da RMN foi efetivada, por meio da Lei Complementar de número 152. Esse processo resultou da estruturação regional que já vinha sendo pensada desde o final da década de 1970, com a elaboração do Plano de Desenvolvimento Regional e Urbano da Grande Natal, por Luís Forte Neto em 1977 e do Plano de Estruturação do Aglomerado Urbano de Natal feito pelo escritório do arquiteto Jaime Lerner em 1988. Vale salientar que a criação da RMN ocorreu concomitante a processos semelhantes instituídos em todo país (LOPES, 2008).

Por ocasião de sua criação, a RMN foi composta por seis municípios, sendo eles: Natal, Parnamirim, Macaíba, Ceará-Mirim, Extremoz e São Gonçalo do Amarante. Em 2016 a RMN somou um total de quatorze municípios. Os mais recentemente incluídos foram: Arês, Goianinha e Ielmo Marinho no ano de 2015 (quadro 2).

Quadro 2 – Municípios constituintes da RMN e ato normativo

Município	Lei Estadual Complementar
Ceará-Mirim	152/1997
Extremoz	152/1997
Macaíba	152/1997
Natal	152/1997
Parnamirim	152/1997
São Gonçalo do Amarante	152/1997

³ Movimentos cotidianos que não implicam mudança de residência.

Nísia Floresta	221/2002
São José de Mipibu	221/2002
Monte Alegre	315/2005
Vera Cruz	391/2009
Maxaranguape	485/2013
Arês	559/2015
Goianinha	559/2015
Ielmo Marinho	540/2015

Fonte: Elaborado pela autora.

No tocante ao crescimento demográfico, todos os municípios que compõem a RMN apresentaram aumento entre os anos de 1991/2000 e 2000/2010. Contudo, acompanhando a tendência do país, entre as décadas de 2000 e 2010 esse crescimento foi desacelerado. Esse quadro reflete no percentual geral de crescimento demográfico na RMN que passou de 25,2% entre 1991 e 2000 para 20,6% entre 2000 e 2010 (tabela 4).

Dentre essas duas décadas o dado mais expressivo, corresponde ao município de Parnamirim que entre os censos de 1991 e 2000 teve o maior valor no tocante ao percentual de crescimento populacional se comparado aos demais municípios (98,3%). Entre os censos de 2000 e 2010, esse percentual foi de 62,4% o que correspondeu a um aumento de 124.690 para 202.456 habitantes. Enquanto isso, o município polo da RMN apresentou um dos menores percentuais de crescimento entre 1991 e 2000 (17,1%) e entre 2000 e 2010 (13,1%) (tabela 4). Decerto essa realidade se justifica, conforme já mencionado neste trabalho, pela expansão urbana da cidade do Natal em direção aos municípios limítrofes, fato que também justifica os valores percentuais elevados em relação aos municípios de Parnamirim, Extremoz e São Gonçalo do Amarante.

Tabela 4 – RMN - População dos municípios (1991, 2000, 2010).

Municípios	Ano			Crescimento populacional (%)	
	1991	2000	2010	1991/2000	2000/2010
Ceará Mirim	52.157	62.424	68.141	19,7	9,1
Extremoz	14.941	19.572	24.569	31,0	25,5
Macaíba	43.450	54.883	69.467	26,3	26,6

Monte Alegre	15.871	18.874	20.685	18,9	9,6
Natal	606.757	710.669	803.739	17,1	13,1
Nísia Floresta	13.934	19.040	23.784	36,6	24,9
Parnamirim	62.870	124.690	202.456	98,3	62,4
São Gonçalo do Amarante	46.034	71.083	87.668	54,4	23,3
São José de Mipibu	28.151	34.912	39.776	24,0	13,9
Vera Cruz	7.970	8.522	10.719	6,9	25,8
TOTAL	887.036	1.110.469	1.339.554	25,2	20,6

Fonte: PNUD, IPEA, FJP, 1991, 2000 e 2010. Adaptado pela autora.

OBS: Só contemplados os municípios inseridos na RMN até o 2010, ano de referência do último censo.

A despeito das informações que evidenciam o crescimento de uma demanda populacional de Natal em relação aos municípios vizinhos, constata-se uma grande dependência dessas pessoas em relação às atividades de trabalho e estudo desenvolvidas em Natal para onde elas se deslocam diariamente. Como resultado tem-se um importante fluxo diário de moradores dos municípios vizinhos se deslocando em direção à capital.

Esse movimento pendular é uma relevante característica da RMN, evidenciando, dessa forma, uma significativa centralidade exercida por Natal, haja vista ser o município que detém os dados mais significativos de entrada pendular, tanto no ano de 2000 como no ano de 2010, perfazendo um aumento de 55.558 (tabela 5).

Tabela 5 – RMN – Níveis de integração segundo dimensões do movimento pendular (2000, 2010).

Municípios	Nível de integração	Saída Pendular		Entrada Pendular		Total Pendular (%)	
		2000	2010	2000	2010	2000	2010
Natal	Polo	8.132	26.310	60.075	115.633	14,2	22,7
Parnamirim	Alto	25.090	53.178	3.9356	11.930	35,1	40,9
Extremoz	Alto	2.254	4.375	1.205	7.613	29,7	71,1
São G. do Amarante	Alto	11.223	23.987	1.163	3.826	28,8	42,0
Macaíba	Médio	5.028	9.512	1.133	4.611	18,2	28,0

Nísia Floresta	Baixo	1.696	3.724	385	1.070	17,7	29,3
Ceará-Mirim	Muito baixo	3.321	6.677	501	2.554	10,6	20,4
São José de Mipibu	Muito baixo	1.631	4.941	1.016	2.361	12,5	27,0
Monte Alegre	Muito baixo	1.022	2.250	195	571	11,2	20,46
Vera Cruz	Muito baixo	471	495	134	480	11,0	13,4

Fonte: Relatório de Níveis de Integração – Observatório das Metrôpoles; Censo Demográfico – IBGE (2000, 2010) apud Gomes, Alves, Dantas e França (2015).

OBS: Só contemplados os municípios inseridos na RMN até o 2010, ano de referência do último censo.

A esse respeito Gomes, Alves, Dantas e França (2015) ressaltam que:

em relação à Rede urbana do Estado do Rio Grande do Norte, a Região Metropolitana exerce um papel importante, dado o fato de que Natal se constitui no mais importante centro urbano, na prestação de serviços e de na concentração de equipamentos sociais, bem como na oferta de uma atividade comercial com maior diversidade de produtos e maior complexidade na divisão do trabalho, realidade que confere à cidade do Natal a condição do centro urbano potiguar para onde converge o maior número de população (2015, p. 79).

O movimento pendular é mais frequente na área que compreende os municípios mais próximos à capital e cidade sede da RMN: Parnamirim, Extremoz e São Gonçalo do Amarante que apresentaram, respectivamente, percentuais totais de pendularidade de 40,9%, 71,1% e 42,0% no ano de 2010. As informações de movimento pendular, tanto de saída como de entrada desses municípios, indicam um alto de nível de integração desses com o polo da RMN, Natal,

Segundo afirma Ojima (2015) em um estudo sobre os deslocamentos pendulares na RMN,

Essa distribuição indica que a integração entre os municípios é complementar, pois é significativa a participação de Natal nas saídas da pendularidade regional. Sinal de integração metropolitana com tendências a uma polinucleação de deslocamento pendular da RMN originado na sede metropolitana. Desses deslocamentos, 67,6% dos

destinos da pendularidade dos residentes em Natal são para os municípios de Parnamirim e Extremoz, confirmando o alto nível de integração desses municípios (2015, p. 245-246).

Mesmo que obedecendo a uma estrutura de apresentação e discussão resumida, essas informações apresentam Natal e sinalizam para um contexto importante de compreensão da produção do seu espaço urbano. Sua extensão à RMN subsidiará a construção do que significa a dinâmica comercial da cidade do Natal, e mais especificamente dos três bairros aqui caracterizados como tradicionais na atividade comercial (Alecrim, Cidade Alta e Ribeira), dada a abrangência urbanorregional que essa dinâmica comercial é capaz de alcançar.

Nesse sentido, tal dinâmica atende não somente à população de seu entorno imediato, mas também, à população de outros bairros da cidade, bem como de municípios vizinhos, especialmente, pelo nível de integração entre Natal e esses municípios que tem se tornado expressivo no decorrer das últimas décadas.

Na sequência, o aparente terá como enfoque o comércio no município de Natal com o intuito de particularizar como o espaço da cidade se compõe e é composto por essa atividade econômica tão expressiva em sua constituição urbana. Tal discussão referenda a afirmação inicial de que a cidade do Natal apresenta um relevante papel de centralidade com especial destaque para o espaço de influência de sua Região Metropolitana. Essa centralidade é representada por uma dinâmica comercial que tem se acentuado nas quatro últimas décadas como será discutido no próximo capítulo.

2.2A DINÂMICA COMERCIAL EM NATAL: O COMÉRCIO E A ESPACIALIZAÇÃO DE SUAS FORMAS

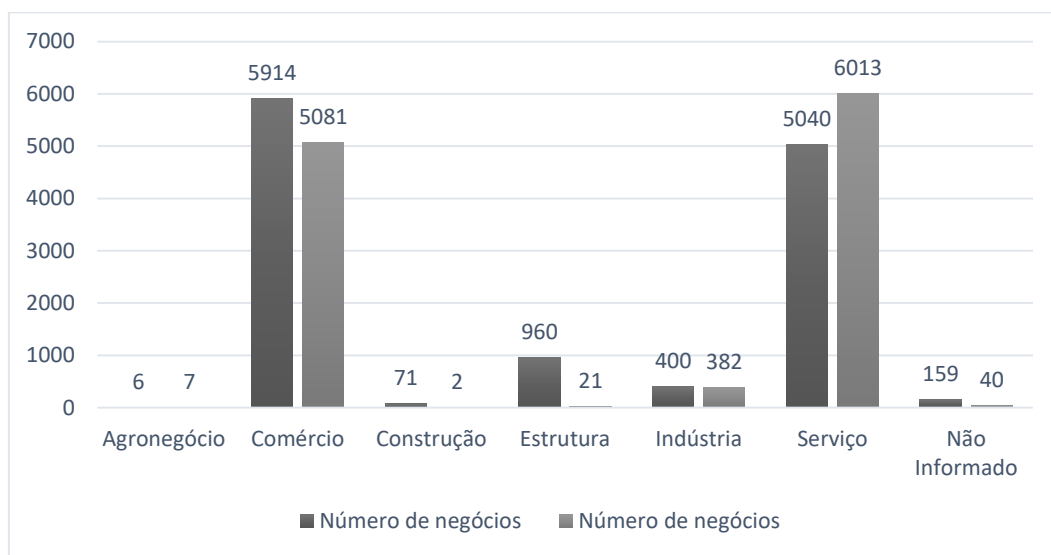
A cidade do Natal que tem um histórico de urbanização recente se apresentou, por intermédio de políticas públicas que exerceram importante papel no adensamento populacional do espaço, na segunda metade do século XX, conforme exposto na subseção anterior. Esse contexto foi favorável para que Natal, no transcorrer das últimas quatro décadas, se colocasse como importante centro terciário seja numa perspectiva intraurbana ou

urbanorregional. O comércio se apresenta como atividade de relevo, influenciando, sobremaneira, a produção do espaço natalense e dos municípios vizinhos.

Essa conjuntura acompanha a tendência brasileira que detém, do ponto de vista econômico, um número expressivo de empresas nos segmentos de comércio e serviços, que por sua vez segue uma tendência mundial marcada pela economia terciária. Um dado que ratifica essa informação é o de que, no país, a cada dez empresas formalizadas, oito compõem o setor terciário. Conforme o Atlas Nacional de Comércio e Serviços, ao analisar as informações sobre empresas e pessoas ocupadas por segmento econômico, vislumbra-se, em 2011, a relevância dessas atividades (comércio, serviços e construção civil) no contexto econômico do país, com especial destaque para o comércio. Apesar de não ser responsável pela maior mobilização de mão de obra, este segmento responde por quase metade das empresas brasileiras (47%). A maior dinâmica relativa ao pessoal ocupado fica por conta dos serviços que mobilizam um percentual de 37% do total de empresas (BRASIL, 2013).

No caso de Natal, o Cadastro Empresarial do Rio Grande do Norte (2010), produzido pelo SEBRAE, registra que, do ponto de vista econômico, no ano de 2010, a cidade concentrou parcela majoritária de seus empreendimentos no comércio e nos serviços. São 22.048 estabelecimentos comerciais e de serviços, distribuídos entre formais e informais, em contraponto a um total de 2.048 de empresas de outros segmentos econômicos (gráfico 3). Em termos percentuais o terciário detinha 90,7% de todos os negócios localizados em Natal, confirmando uma característica fortemente arraigada em um terciário relativamente recente, dado o histórico dessa atividade no contexto da cidade como será exposto na sequência do trabalho.

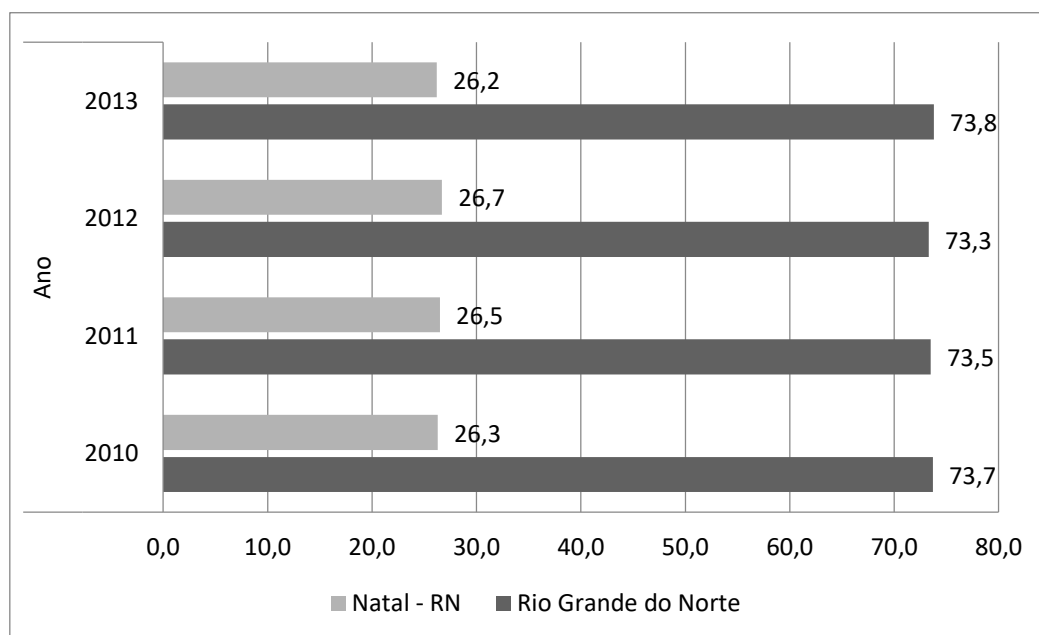
Gráfico 3 – Natal – Número de negócios (2010)



Fonte: SEBRAE, 2010.

No comparativo com o Rio Grande do Norte e ao considerar os anos de 2010 a 2013 percebe-se que, com pequenas variações, mais de 25% de todo comércio do Rio Grande do Norte está concentrado na cidade do Natal (gráfico 4), fato que denota a relevância dessa atividade, tanto para a cidade como para a sua RM.

Gráfico 4 – Comparativo percentual do comércio entre Natal e Rio Grande do Norte (2010-2013)



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas, 2016.

A maior dinâmica do terciário verificada nas duas últimas décadas, conforme informação supracitada resulta, dentre outros fatores, na expansão no número de estabelecimentos e na modernização, via introdução de tecnologias avançadas, automatização e/ou adaptação de processos produtivos e gerenciais. Ademais, essa dinâmica deu-se, destacadamente em razão do aumento significativo de microempresas (ME) e de empresas de pequeno porte (EPP). Esse quadro se tornou ainda mais expressivo com a promulgação da Lei Complementar nº 123, de 2006, também conhecida como Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, que instituiu o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e deu suporte à criação de políticas públicas direcionadas à promoção do surgimento, da sustentabilidade e do crescimento desse grupo de empresas, submetendo-as a um regime especial no tocante ao:

- Regime único quanto à apuração e recolhimento dos impostos e contribuições dos impostos da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos municípios;
- Cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias;
- Acesso ao crédito e ao mercado, considerando a preferência nas aquisições de bens e serviços pelos Poderes Públicos, a tecnologia, ao associativismo e as regras de inclusão.

Com a institucionalização do Regime Especial Unificado de Arrecadações de Tributos e Contribuições, o Simples Nacional, foi possível a apuração e o recolhimento mensal feito por intermédio de um único documento de arrecadação de tributos e contribuições federais, estaduais e municipais, unificando oito tributos que incidiam sobre as ME e EPP. Associada a tal prática, foi possível a apresentação de declaração única e simplificada de informações socioeconômicas e fiscais.

A Lei Complementar 128/2008 alterou a Lei Geral, ampliando o rol de empresas formalizadas. Nesse sentido, foi criada a categoria de Microempreendedor Individual (MEI) que objetivou a formalização de empreendedores por conta própria que pagam uma taxa fixa mensal, equivalente a 5% do salário mínimo vigente, incluindo Previdência, ISS, ICMS e se isentando de tributos tais como: IRPJ, PIS, Cofins e IPI (BRASIL, 2013).

Outra modificação no âmbito da lei diz respeito à reclassificação das ME's e das EPP's. As ME's passaram a se enquadrar no grupo de empresas que auferem uma receita bruta anual igual ou inferior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e as EPP no grupo que auferem receita bruta anual superior a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) e igual ou inferior a R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais).

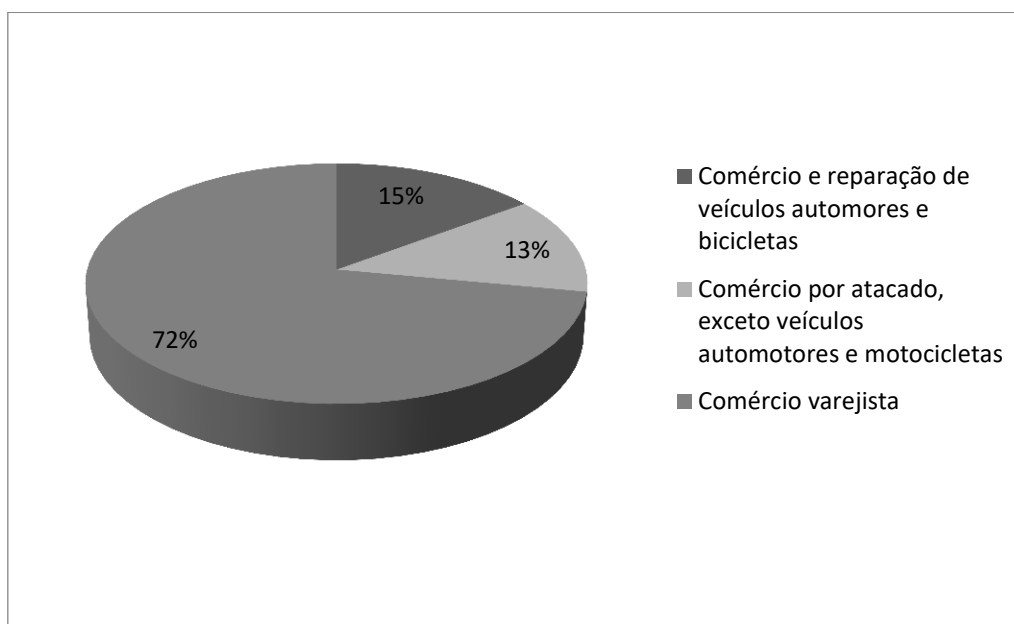
Essa intervenção por parte do estado aumentou, sobremaneira, o número de empresas que aderiram ao Simples Nacional. Desde 2007, quando teve início o regime unificado de tributação o número de declarações tem passado por crescimentos significativos, tendo contribuído para o aumento no número de formalizações.

Ao tomar como referência o comércio, segundo a classificação do Cadastro Nacional de Atividade Econômica (CNAE), é possível perceber que em Natal, do total de atividades comerciais, 72,06% está concentrado no ramo do comércio varejista, acompanhando uma tendência nacional respaldada por essa política de formalização de empresas (gráfico 5), o que corresponde a um valor absoluto de 8.982 estabelecimentos comerciais varejistas. Em uma observação atenta, facilmente se constata que esse comércio está espacializado nos diversos bairros e que se caracteriza, sobretudo, por ser popular, sendo a área do estudo ora apresentada, uma das mais representativas desse comércio.

⁴No que se refere ao comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas tem-se um percentual de 14,90%, muito próximo do comércio por atacado (13,04%). Esse primeiro, apresenta concentração em diversas áreas da cidade, mas muito especialmente, em um dos três bairros estudados (Alecrim) e ao longo das chamadas “vias expressas de circulação” da cidade (GOMES; SILVA; SILVA, 2000). Essa última espacialidade dá lugar, também, à concentração do comércio atacadista.

⁴ A classificação mais geral do CNAE divide a atividade comercial em: comércio atacadista, comércio varejista e comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas. A opção pelas informações do CNAE deve ao fato delas contemplarem dados de comércio varejista, sendo esse o mais representativo para o estudo.

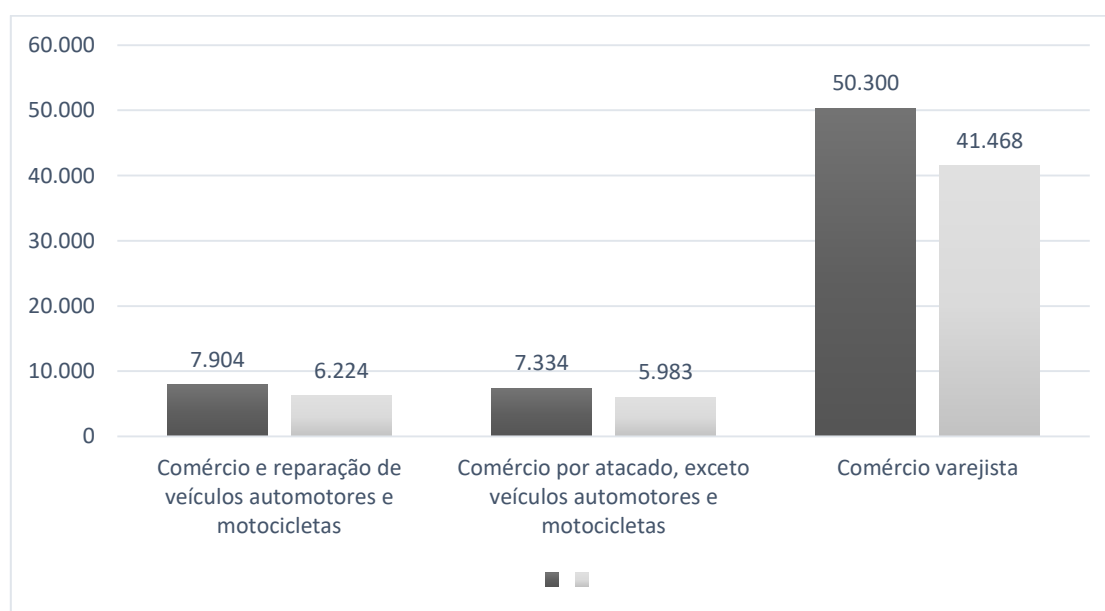
Gráfico 5 – Natal – Classificação do comércio (2010)



Fonte: SEBRAE, 2010.

Segundo informação do Cadastro Central de Empresas, do IBGE, o comércio varejista em Natal foi o que concentrou, no ano de 2012, o maior número de pessoal ocupado, totalizando 50.300, o que equivale a 76,8% do total de mão de obra ocupada no comércio. Desse total, 41.468 era assalariada, o que representa, em termos percentuais um valor de 82,4% do conjunto de trabalhadores do comércio varejista (gráfico 6).

Gráfico 6 – Natal – Pessoal ocupado no comércio (2013)



Fonte: IBGE, Cadastro Central de Empresas, 2016.

Esse incremento econômico, com destaque para o comércio varejista, encontra explicação no aumento da renda e na ampliação do crédito auferidos pela população brasileira, se ancorando, também, no aumento do número de postos de trabalho formais; no aumento real e sistemático do salário mínimo; na ampliação de políticas de transferência de renda como o Bolsa Família e do Programa Minha Casa Melhor; no aumento da presença feminina no mercado de trabalho, responsável pela elevação da renda média familiar; além de políticas econômicas que favoreceram a formalização de estabelecimentos econômicos por intermédio de incentivos fiscais.

O foco da economia nacional, desde 2004, foi marcado por investimentos em políticas de cunho social como contraponto às políticas de corte neoliberal sendo decisivo para as mudanças que se processaram no padrão de consumo da população que compõe a base da pirâmide social e que, por extensão, representou uma diminuição da desigualdade social, com mudanças na estrutura social do país e destaque para a ascensão de uma classe média assalariada.

Conforme destaca Pochmann (2014) em uma publicação sobre a classe média assalariada do Brasil, a generalização do trabalho formal, permitiu pensar a democracia no ambiente de trabalho com a ampliação dos direitos sociais e trabalhistas e a elevação dos salários conforme o reajuste inflacionário e a produtividade. De acordo com o pesquisador:

O aumento da remuneração média dos trabalhadores acrescida ainda mais pelo salário indireto proporcionado pelo Estado de bem-estar social, esteve combinado à extensão da política de crédito e de inclusão bancária, o que favoreceu o financiamento da aquisição generalizada dos bens manufaturados, sobretudo, os de maior valor unitário, como automóvel e casa própria (POCHMANN, 2014, p. 50).

Nas duas últimas décadas o salário mínimo influenciou no poder de compra da população, aumentando o consumo e, por conseguinte, aquecendo o comércio com a ampliação no número de unidades de uma mesma empresa bem como da abertura de novos estabelecimentos, com especial destaque para o comércio varejista, conforme dados apresentados na tabela 6, os quais mostram que do ano de 1995 para o ano de 2000 o salário mínimo aumentou

de R\$ 100,00 para R\$ 151,00 o que representou, em termos percentuais 51,00%. Entretanto, os maiores aumentos percentuais do salário mínimo, considerando as duas últimas décadas foram verificados entre os anos de 2000 e 2005 (98,68%) e 2005 e 2010 (70,00%) (tabela 6).

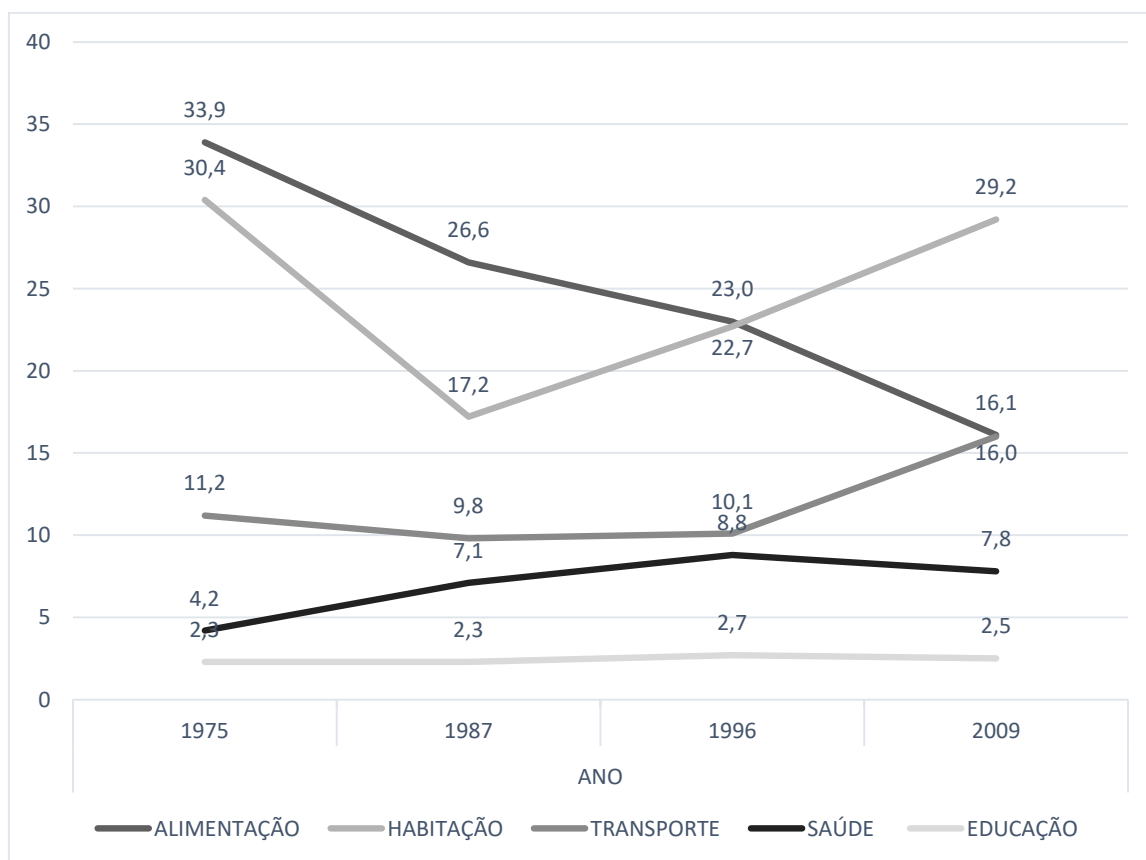
Tabela 6 – Brasil – Salário mínimo (1995, 2000, 2005, 2015).

Ano	Vigência	Valor	Percentual de aumento
1995	01-05-1995	R\$ 100,00	
2000	03-04-2000	R\$ 151,00	51,00%
2005	01-05-2005	R\$ 300,00	98,68%
2010	01-01-2010	R\$ 510,00	70,00%
2015	01-01-2015	R\$ 788,00	54,51%

Fonte: DIEESE, adaptado pela autora, 2016.

Resulta dessa conjuntura, uma significativa alteração na composição do padrão de consumo da família brasileira, apontando, segundo Pochmann (2014), para sua modernização exemplificada pelo aumento na aquisição de produtos eletroeletrônicos. No entanto, os gêneros alimentícios industrializados perderam importância relativa, passando de 33,9% em 1975 para 16,1% em 2009. Conquanto, ganharam espaço as despesas associadas aos serviços e produtos de maior valor unitário, relacionados, sobretudo, ao transporte com destaque para a crescente aquisição e uso do veículo próprio e a habitação (mobiliário, artigos do lar, eletrodomésticos, conserto e manutenção) que obteve um crescimento de 69,7%, especialmente a partir de políticas como o Minha Casa Melhor, lançado em 2013 (gráfico 7).

Gráfico 7 – Brasil – evolução dos principais componentes de despesas do orçamento das famílias brasileiras em anos selecionados (em %) (1975, 1987, 1996, 2009)



Fonte: Pochmann, 2014.

Para Pochmann (2014) a ascensão socioeconômica vivenciada pela classe trabalhadora nas duas últimas décadas encontra suas raízes no final da década de 1950 com as pautas sindicais surgidas no contexto de expansão de postos de trabalho, advindos da instalação de indústrias, especialmente, na região sudeste do Brasil, resultado do Plano de Metas do governo de Juscelino Kubitschek (1956-1961). Contudo, o contexto de lutas foi arrefecido com o golpe militar de 1964 que, por mais de duas décadas, reprimiu as reivindicações por reformas de base tão propaladas e discutidas pelo sindicalismo do período anterior, retirou poder da Justiça do Trabalho e proibiu ações sindicais independentes.

No final da década de 1970, a agenda de reivindicações dos trabalhadores se ampliou, abrangendo causas urbanas e rurais, fortalecendo o chamado novo sindicalismo brasileiro, sinalizando para um período de

transição do regime militar ao regime democrático oficializado em 1985. Esse período foi marcado por uma acelerada inflação, um acentuado quadro de desemprego e um rebaixamento das remunerações decorrente do arrocho salarial estabelecido durante o regime militar. O cenário resultou, também, em ajustes econômicos para pagamento da dívida externa acumulada na década de 1970.

Com o arrocho salarial em meio ao regime de superinflação, as greves intensificaram-se, tendo o Brasil alcançado o posto de país com o segundo maior número de paralizações do mundo ao final dos anos 1980. Em virtude disso, pode-se ressaltar também que até o final da década de 1970 o Brasil possuía, fora da atuação do Estado, somente três atores de relevância e expressão nacional: o Exército, a Igreja e a televisão (POCHMANN, 2014, p. 63-64).

A aprovação da Constituição Federal de 1988 anunciou o interesse por um Estado de bem-estar social que na prática teve início com a criação do Sistema Único de Saúde (SUS) e a unificação do Sistema de Assistência e Previdência Social para os trabalhadores urbanos e rurais. Assim, mesmo que de forma tardia, o país começou a criar as bases para a difusão de um consumo de massa, não obstante o quadro de estagnação socioeconômica observado nas décadas de 1980 e 1990, promovido pela adoção de políticas neoliberais a exemplo do ocorrido nos demais países latino-americanos. No entanto, foi somente na primeira década do século XXI que o Brasil conseguiu de fato reduzir o número de desemprego e verificar um aumento do poder de compra da população. “Em 2010, o Brasil não apenas passou a se encontrar entre as seis principais economias do mundo como também reduziu significativamente a pobreza e a desigualdade de renda” (POCHMANN, 2014, p. 63).

Dessa forma, tem-se a partir do século XXI, um discurso veemente de combate ao neoliberalismo, acompanhado de práticas políticas no campo socioeconômico do país, que fez ascender uma população há muito marginalizada do ponto de vista das políticas públicas sociais. Isso explicou uma certa mobilidade na estratificação social de menor rendimento, promovendo um decréscimo na base da pirâmide social, sobretudo, da condição de indigente para a de pobre, conforme classificação da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD).

Um dos resultados do impacto dessas políticas foi a difusão do padrão de consumo de massa que consorciado a um conjunto de ações no campo econômico, especialmente no tocante aos incentivos fiscais, enalteceu um panorama econômico de pujança, sobretudo, no terciário, conforme informações já mencionadas neste trabalho.

Conforme pontua Pochmann (2014) quase um quarto dos brasileiros foram incorporados ao mercado de consumo de massa, fato que estendeu o consumo de bens não duráveis aos bens duráveis de maior valor. Mesmo que essa realidade não possa ser interpretada como a constituição de uma nova classe social, é possível perceber uma recomposição da classe trabalhadora em novas bases de consumo que tem uma importante dinâmica na produção do espaço urbano das cidades, que se redefine numa lógica crescentemente capitalista acabando por incorporar o espaço ao circuito da troca.

Esta posição também é defendida por Chauí (2013) quando afirma que no esteio das mudanças sociais e econômicas verificadas no transcorrer da última década é possível observar o surgimento de uma nova classe trabalhadora cuja composição é heterogênea do ponto de vista social, político, ideológico e econômico e que não se limita aos trabalhadores industriais e agrícolas. Em conformidade com esse contexto, destaca que a composição e definição dessa classe trabalhadora estão longe de serem entendidas, mas que existe um elemento simbólico de mudança que é essencial e transversal para sua compreensão: a generalização ao consumo.

Essa lógica, verificada numa escala global, fruto da necessidade de expansão do capital, mobilizou uma ampliação do consumo nos segmentos de menor poder aquisitivo, muito embora isso tenha se processado tomando como referência a produção de bens e serviços de baixo custo, sem necessariamente uma elevação no nível de rendimento dos pobres.

A esse respeito salienta Pochmann (2014), que o cenário revela, de forma acentuada, um novo e substancial dado no mundo do consumo, tendo em vista a incorporação de novos consumidores, respaldados por três condicionantes fundamentais: a abertura produtiva, comercial e laboral; a barreira da exclusão bancária aos segmentos de baixa renda e; a estrutura constitutiva dos preços dos bens e serviços reservados historicamente ao consumo dos segmentos de maior renda.

A emergência de cadeias globais de produção (primeiro condicionante) foi o resultado do processo de abertura produtiva, comercial e laboral, especialmente após a Segunda Guerra Mundial, fato que contribuiu para a internacionalização da economia, rumo à sua integração, interdependência e especialização. Essa abertura ampliou o acesso de bens e serviços de baixo custo concebidos no contexto imperativo da globalização.

O segundo condicionante, relativo às dificuldades de acesso ao crédito à população de baixa renda, impossibilitou sua inserção no mundo do consumo, sobretudo, de produtos e serviços de maior valor unitário. No entanto, esse quadro se alterou com a implementação de uma crescente barreira à exclusão bancária no que tange aos segmentos de baixa renda, favorecendo sua inclusão no consumo de bens não duráveis de valor mais elevado, a exemplo dos produtos de grife e dos bens duráveis como eletrodomésticos e automóveis que até o momento tinham sido secundarizados, em detrimento do consumo basilar para a sobrevivência, como alimentação e moradia.

O terceiro condicionante, relacionado à estrutura constitutiva dos preços dos bens e serviços foi responsável pela diversidade da oferta e barateamento de produtos e serviços, possibilitando a massificação do consumo, com especial destaque para o campo do lazer e a aquisição de artigos eletrônicos como computadores e celulares, dando forma ao que Pochmann (2014) chama de sociedade *low cost*, numa referência à democratização do consumo.

Essa realidade brasileira se reproduz nas diversas dimensões espaciais, mais especificamente no âmbito das capitais e regiões metropolitanas como é o caso de Natal. Assim, a conjuntura recente da dinâmica socioeconômica brasileira respalda a discussão que segue sobre a dinâmica comercial da cidade do Natal. Esses elementos guardam relação intrínseca com o comportamento dessa atividade econômica no contexto da cidade.

Nos países em desenvolvimento, a atividade comercial, sobretudo, do comércio varejista e de pequenas unidades de gestão familiar, se adensa tendo como fator em comum, a necessidade de sustento de muitas famílias, frente a um quadro de baixa qualificação profissional que limita o acesso ao mercado de trabalho mais especializado. Essa característica é usualmente definida nos estudos da administração, como uma possibilidade de motivação empreendedora por necessidade. Esses empresários são caracterizados como

aqueles que estão desempregados e não possuem uma perspectiva de emprego em curto prazo, procurando no negócio próprio uma saída breve para sua frágil situação financeira, muitas vezes investindo seus poucos recursos em um negócio cujo comportamento de mercado desconhecem, bem como informações logísticas, administrativas e gerenciais.

Outra possibilidade de atuação empreendedora, é por oportunidade. Os empresários que apostam em um negócio pela oportunidade, são aqueles que se preocupam, dentre outros elementos, com um prévio planejamento; estudam o mercado, o espaço onde têm interesse em atuar, o público consumidor; além de possuir um capital de giro necessário ao porte do empreendimento.

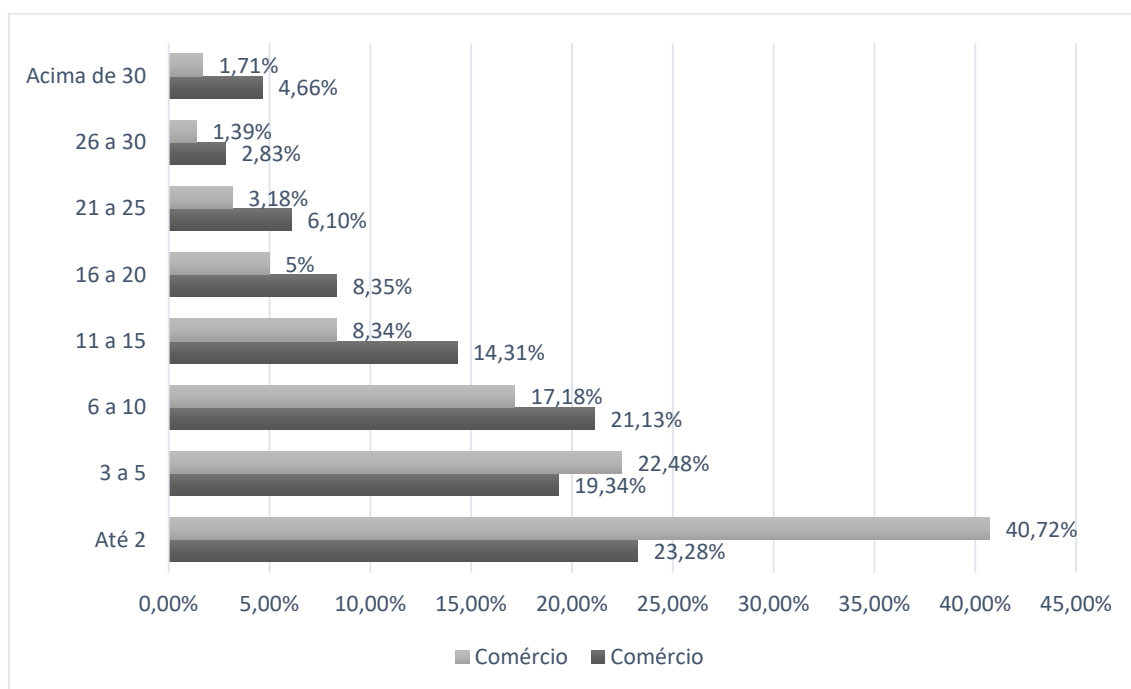
Apesar de o Brasil ter apresentado nos últimos anos um aumento considerável no número de empreendedores por oportunidade, a quantidade de empreendedores por necessidade continua significativa. A frágil característica socioeconômica desses países justifica o elevado número de pequenas empresas abertas em um contexto de necessidade, bem como atesta o fechamento de muitas delas em curto espaço de tempo.

Isso explica, em grande parte, o fechamento de empresas com pouco tempo de atuação, bem como o alto valor percentual das que não são formalizadas, mesmo com a adoção de políticas econômicas no campo empresarial como visto na subseção anterior.

Conforme apontam as estatísticas do SEBRAE (2010), em relação ao tempo de funcionamento dos estabelecimentos comerciais na cidade do Natal, constata-se que 80,38% dos informais que faliram, fecharam as portas nos dez primeiros anos, sendo que aproximadamente a metade (40,72%) fecharam nos dois primeiros anos de funcionamento (gráfico 8).

As empresas formais detêm uma estabilidade maior, muito embora apresentem dados percentuais também expressivos do ponto de vista da falência. Segundo os dados do SEBRAE (2010), 23,28% das empresas que abrem falência, o fazem em até dois anos, 19,34% de três a cinco anos e 21,13% de seis a dez anos de atividade. Somente 4,66% falem após 30 anos de funcionamento (gráfico 8).

Gráfico 8 – Tempo de funcionamento dos empreendimentos comerciais formais e informais (em anos) (2010)



Fonte: SEBRAE, 2010.

Ainda no que tange à informalidade dos empreendimentos comerciais, um dado que chama a atenção, diz respeito à concentração do número de estabelecimentos informais com faturamento anual de até R\$ 38.000,00 (92,13%) (tabela 7), o que aponta, mais uma vez para a fragilidade que cerca esse tipo de empreendimento, muitos dos quais decretam falência nos dois primeiros anos de atividade. Os estabelecimentos comerciais formais apresentam uma distribuição mais equilibrada por faixa de faturamento, muito embora, concentrem-se, também entre as faixas de faturamento de até R\$ 38.000,00 e entre R\$ 38.000,00 e R\$ 60.000,00, o que corresponde a um total de 55,3%.

Levando em consideração que a Lei Complementar de nº 128/2008 estabelece que as empresas que tiverem um faturamento anual de até R\$ 360.000,00 são microempresas, mais de 80% dos empreendimentos comerciais formais de Natal se enquadram nessa classificação (tabela 7). Por outro lado, observa-se que parcela majoritária (92,13%) dos empreendimentos informais ocupa a faixa de faturamento de até R\$ 38.000,00, fato que denota a fragilidade desses estabelecimentos caracterizados por ser de pequeno porte,

com administração concentrada na unidade familiar e que certamente são iniciados no contexto de necessidade do proprietário, apresentando, dessa forma, precárias condições financeiras e gerenciais para a administração do negócio.

Tabela 7 – Natal - Faturamento dos empreendimentos comerciais formais e informais (2010).

Faturamento (R\$)	Formais	Informais
Até R\$ 38.000,00	37,20%	92,13%
De R\$ 38.000,00 a R\$ 60.000,00	18,06%	4,93%
De R\$ 60.000 a R\$ 120.000	13,53%	1,49%
De R\$ 120.000 a R\$ 180.000	6,78%	0,62%
De R\$ 180.000 a R\$ 240.000	5,29%	0,17%
De R\$ 240.000 a R\$ 480.000	5,66%	0,36%
De R\$ 480.000 a R\$ 960.000	4,71%	0,09%
De R\$ 960.000 a R\$ 1.200.000	2,93%	0,04%
De 1.200.000 a R\$ 2.400.000	2,71%	0,02%
Acima de R\$ 2.400.000	3,13%	0,15%

Fonte: SEBRAE, 2010.

O incremento da atividade comercial, em Natal, também é registrado pelo Cadastro Central de Empresas (IBGE). Muito embora não se tenha dados atualizados, pode-se identificar nos registros de 1966 a 2000, que, é recente haja vista apresentar um maior número de estabelecimentos comerciais a partir da década de 1980, sendo 2.272 empresas fundadas entre 1981 e 1990 e 4.864 estabelecimentos fundados entre 1991 e 2000 (tabela 8), perfazendo um crescimento percentual de 114,1%. Esse dado revela uma cidade que ganha significado urbano, em consórcio com um terciário pujante e definidor de vários processos e formas que à história da cidade se associam. Corroborando com essa informação, os dados mostram um total de 7.136 estabelecimentos comerciais registrados entre 1981 e 2000, contra um número de 597 empresas registradas entre 1966 a 1980.

Tabela 8 – Natal - Empresas comerciais por ano de fundação e faixa de pessoal ocupado (1966 – 2000).

Faixas de pessoal ocupado	Ano				
	Até 1966	1967 a 1970	1971 a 1980	1981 a 1990	1991 a 2000
Até 4 empregados	32	49	374	1921	3890
De 5 a 9 empregados	10	6	50	191	575
De 10 a 19 empregados	4	3	38	100	269
De 20 a 29 empregados	0	0	12	27	63
De 30 a 49 empregados	3	2	3	13	35
De 50 a 99 empregados	2	1	3	11	24
De 100 a 259 empregados	1	4	4	9	8
TOTAL	52	65	484	2.272	4.864

Fonte: IBGE, 2006.

Quando cruzados com as informações referentes ao número de pessoas ocupadas, tem-se um resultado que dar o veredito da representatividade demonstrada pelas menores empresas comerciais em Natal, comportamento também observado no Brasil. Os estabelecimentos comerciais com até quatro empregados somaram 1.921 entre 1981 e 1990, passando para 3.890 entre 1991 e 2000, o que significa que cresceram mais de 100% (102,5%). As empresas comerciais com número de 5 a 9 empregados apresentaram, também, um crescimento, passando de 191 na década de 1980 para 575 na década seguinte, o que corresponde a um crescimento percentual de mais de 200% (201,5%). Ademais, verifica-se que as empresas com número acima de 20 empregados tiveram crescimento mais modesto, não ultrapassando o número de 63 no ano de 2000.

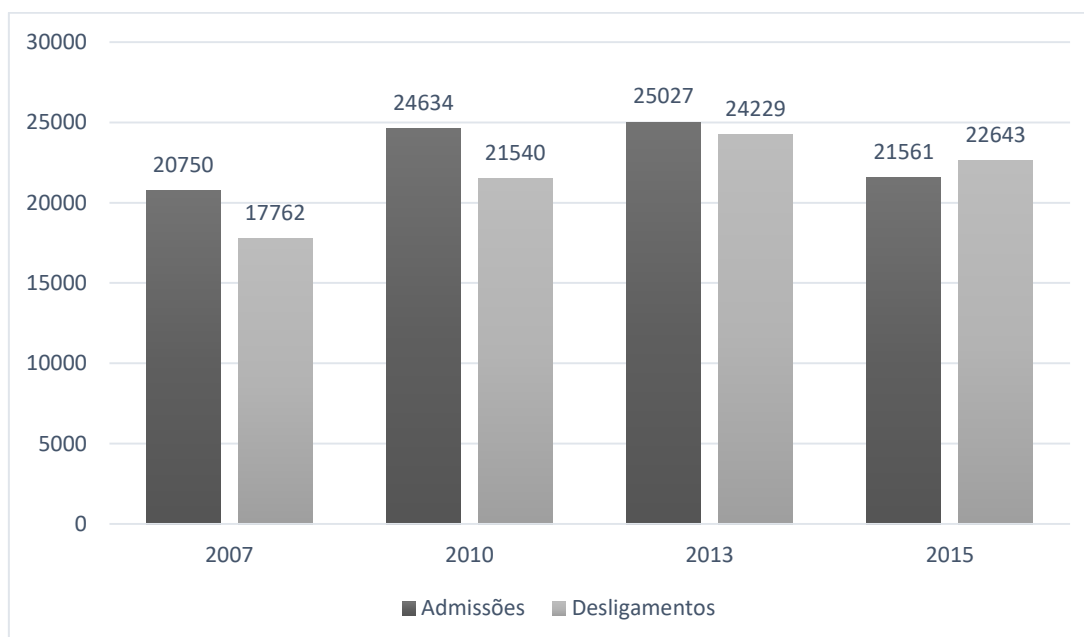
A tabela 8 ratifica ainda que de uma forma geral o crescimento do número de empresas se deu de forma acentuada a partir da década de 1980 quando se observa uma expansão da atividade comercial em Natal, acompanhando, por seu turno, a expansão urbana da cidade, como discutido

no início deste capítulo. Mesmo que se reconheça a fragilidade dessas empresas de pequeno porte, muitas das quais, de gestão familiar, em conjunto elas são as mais representativas (em quantidade) na dinâmica comercial local. Além disso, muitas detêm uma função social expressa pela proximidade, pela relação de vizinhança, fato que permite estreitar os laços sociais, ao abastecer parte significativa da população de seu entorno.

As informações sobre o número de admissões e desligamentos, levantadas no CAGED, entre os anos de 2007 e 2015, mostram que Natal registrou números acima de 20.000 admissões na atividade comercial e o nos anos de 2010, 2013 e 2015 desligamentos acima desse número (gráfico 9). Mesmo que se tenha como referência esse número elevado de desligamentos, é possível observar um equilíbrio entre o número de pessoas que passaram à condição de desempregadas e as pessoas que foram admitidas na atividade comercial.

A exceção foi o ano de 2015, os demais anos de referência tiveram um registro de um quantitativo maior de admissões em relação aos desligamentos. Em 2015 os desligamentos superaram as admissões. Enquanto aqueles totalizaram 22.643, estes foram de 21.561. Isso se deve ao reflexo da crise econômica que tem sido responsável pelo aumento de fechamento de muitas empresas, acompanhado pela demissão de muitos empregados.

Gráfico 9 – Natal - Admissões e desligamentos nas empresas comerciais (2007, 2010, 2013, 2015).



Fonte: BRASIL, Ministério do Trabalho e Emprego, CAGED, 2016.

Apesar de não comporem uma base de dados de metodologia similar, nem tampouco permitir uma série histórico-temporal mais alargada, essas informações estatísticas de diferentes fontes, apontam para o incremento da atividade comercial no contexto da cidade do Natal. Tem-se, nesse sentido, uma realidade que acompanhou a tendência do que já se processava nos países capitalistas alcançando uma intensidade maior a partir da década de 1970, o que tem fundamentado crescentemente a ideia de uma sociedade de consumo com todos os seus signos, como sugere Baudrillard (2011).

De um ponto de vista espacial, o comércio de Natal apresenta lógicas e temporalidades distintas. Em alguns espaços, com destaque para os três bairros estudados (Alecrim, Cidade e Ribeira) as temporalidades se sobrepõem, se conjugam no momento presente, deixando entrever marcas pretéritas que singularizam ainda mais esses espaços. Essas diversas temporalidades e as formas espaciais que a elas se associa, serão compartimentadas e melhor explicadas no capítulo seguinte.

Por hora, o estudo descreverá as diversas espacialidades que foram permitidas constatar por intermédio de observação sistemática. Tais

especialidades se associam aos tipos de formas comerciais que se materializam no espaço citadino e que explicam, de forma bastante elucidativa, as lógicas espaciais que ganham expressão na produção do espaço urbano.

Para a compreensão do que seriam as formas comerciais, toma-se como referência o entendimento de Pintaudi ao ressaltar que são “antes de mais nada, formas sociais” (2013, p. 162). Numa perspectiva dialética as relações sociais produzem formas comerciais que por sua vez inspiram as relações sociais.

Transportando essa compreensão para o estudo ora apresentado, defende-se a ideia de que as formas comerciais no espaço, identificadas e apresentadas na sequência, resultam de uma dinâmica própria das relações sociais que deram significado à produção do espaço, recebendo das formas comerciais aí estabelecidas, signos que particularizam a cidade e suas relações.

A expressiva participação do comércio na produção do espaço urbano de Natal na contemporaneidade, como visto até o momento, permite algumas inferências importantes e uma delas é que a marca desse comércio é moderna. No que pese a relevância de formas comerciais historicamente presentes em Natal, a exemplo dos mercados públicos e feiras livres, são as formas comerciais modernas, traduzidas em *shopping centers*, supermercados e hipermercados que dão sentido à espacialização da atividade comercial que se articula à conformação urbana da cidade do Natal.

As formas modernas produzem e são produzidas pela cidade sob uma lógica material que mantém uma repercussão ideológica delineada por uma sociedade moderna que mantém em suas relações uma integração pelo mercado, sujeitando crescentemente os espaços à ideia da troca. Conforme salienta Pintaudi, “a concepção do mundo é aquela veiculada pela publicidade da mercadoria e os hipermercados e *shopping centers* são os lugares que melhor traduzem a nova centralidade para a troca de mercadorias” (2013, p. 157).

As formas comerciais tradicionais são sujeitadas aos interesses capitalistas, quando facilmente são constatadas intervenções que lhes atribuem novos significados, novas roupagens no sentido de espetacularizar o conteúdo social desses espaços. Em Natal essa característica se verifica ainda de forma

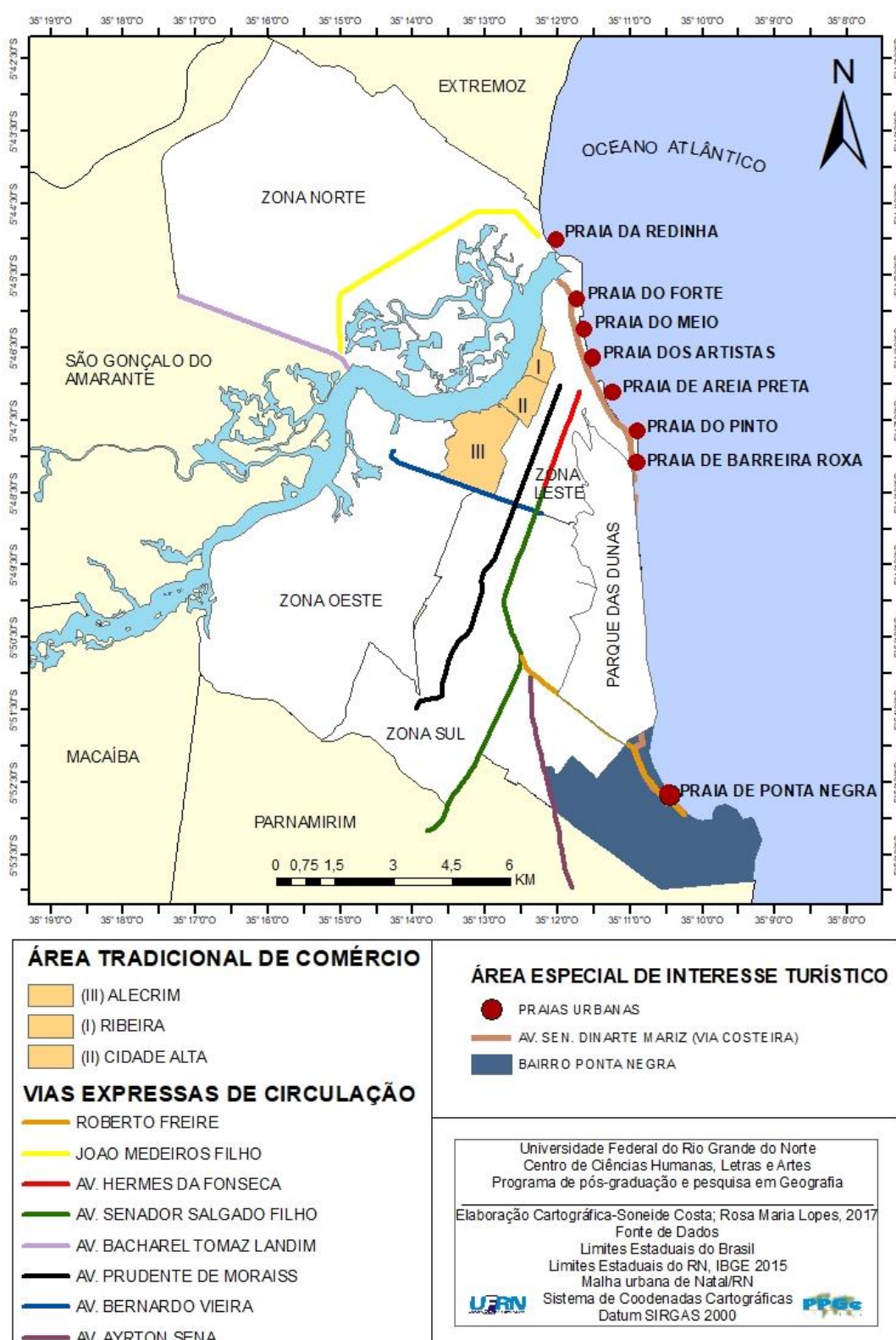
bastante pontual e relaciona-se, principalmente, ao turismo que tem se apropriado de parcelas do espaço da cidade, valorizando diferentemente esses espaços.

Outro aspecto de grande monta diz respeito ao intercâmbio de influências da ordem próxima e da ordem distante que marcam a conjuntura de aparecimento e desenvolvimento dessas formas comerciais. Elas não existem fora da globalização econômica que acontece no país, muitas vezes ditado por uma ordem distante. Ademais, mantém relação umas com as outras no contexto intraurbano, não podendo jamais serem tomadas à análise isoladamente.

Espacialmente o comércio, encontra-se, nos dias atuais, presente em todas as regiões administrativas de Natal. Algumas vezes, ao definir centralidades importantes, outras, ao determinar subcentralidades no contexto da cidade. Grosso modo, apresenta-se três espacialidades marcadas por formas comerciais de expressão para a cidade que podem ser, resumidamente, assim espacializadas (mapa 3):

- a) Áreas tradicionais de comércio, objeto de maior interesse desta tese;
- b) Comércio sob influência da atividade turística;
- c) Comércio nas vias expressas de circulação.

Mapa 3 – Natal – Espacialização do comércio.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

A espacialidade de maior interesse desse trabalho centra-se nas áreas entendida como tradicionais de comércio. O sentido tradicional reporta-se à

característica histórica de produção do espaço urbano de Natal. Assim, a leitura é a de que, do ponto de vista histórico, o comércio ganhou espaço nessas áreas, aqui delimitada pelos bairros do Alecrim, da Cidade Alta e da Ribeira que tem no comércio varejista uma importante expressão.

Esses bairros, com destaque para o Alecrim (detentor do maior número de estabelecimentos comerciais), concentram parcela significativa do comércio varejista da cidade, conforme será discutido na subseção seguinte. Mesmo com a diversificação, a modernização e o surgimento de novas formas comerciais em outras áreas citadinas, o comércio dessas áreas mantém uma importante centralidade no âmbito de Natal, na medida em que continua atraindo um fluxo intenso de consumidores.

As áreas comerciais produzidas sob influência da atividade turística se referem aos enclaves muito fortemente apropriados para e pelo turismo. Corresponde, assim, aos espaços que compreendem a orla marítima da cidade com destaque para o bairro de Ponta Negra onde se tem a maior concentração de estabelecimentos comerciais para atender à demanda turística. Mas é possível também observar um comércio representativo dessa atividade nas praias urbanas de Areia Preta, Praia do Forte, Praia do Meio e Redinha. Contudo esse comércio ambulante limita-se quase que exclusivamente à área que tem contato direto com a orla marítima e caracteriza-se, sobretudo, pela forte presença da informalidade que se materializa com a prática de vendedores ambulantes e barraqueiros.

As áreas comerciais sob a lógica das vias expressas de circulação, correspondem às principais avenidas que interligam bairros da zona sul e da zona norte ao centro da cidade. Nesse contexto, tem-se: as avenidas Senador Salgado Filho-Hermes da Fonseca, Bernardo Vieira e Prudente de Moraes, na zona sul da cidade e as avenidas Bacharel Tomás Landim e Dr. João Medeiros Filho na zona norte. Além dessas, constata-se uma dinâmica mais intensa em avenidas menores que indicam outras centralidades comerciais se complementando às demais, como as avenidas Ayrton Senna e Jaguarari.

Nessas vias é possível verificar a maior ocorrência de formas comerciais modernas. Nelas se localizam todos os *shoppings centers* da cidade, hipermercados, atacarejos e os principais supermercados e redes de franquias. Além dessas formas comerciais, é possível encontrar concessionárias de

veículos, lojas de decoração, de alimentação, eletrônicos, vestuário, alimentação, calçados e acessórios, produtos de beleza e serviços variados.

Outra representatividade comercial que merece destaque por estabelecer uma subcentralidade no âmbito da cidade, diz respeito ao comércio de bairro que ao configurar centralidades menores, marcam, também, um processo que tira do centro tradicional a exclusividade comercial no âmbito da cidade, o que está definido neste trabalho como desconcentração espacial da atividade comercial. Esse tipo de espacialidade é composto por um comércio tradicional, de pequeno porte, muitos dos quais direcionados ao atendimento de demandas básicas e apresentam gestão familiar se caracterizando como bodegas. Esse tipo de comércio tem um importante significado no âmbito dos bairros, se adensando em suas principais ruas e mantendo um relevante papel de proximidade, o que representa uma maneira particular de comercializar com a população de seu entorno. Nesse sentido, concorda-se com Diniz (2011) ao tomar como referência esse tipo de estabelecimento comercial de pequeno porte no contexto de Campina Grande:

[...] o pequeno comércio representado pelas tradicionais e novas bodegas continuam gerindo, ao mesmo tempo, no seu lugar, no seu entorno, novas maneiras de comercializar com a sua freguesia, não arrendando, contudo, as suas características mais genuínas e peculiares que faz dessa típica unidade comercial um objeto extremamente original entre as mais variadas formas de comércio da atualidade (DINIZ, 2011, p. 113).

Além desses, observa-se, em muitos bairros da capital, uma crescente ocorrência de supermercados organizados em redes associativistas locais e regionais como Rede Mais, Supercop, Super Show, Parceiros da Economia, Nossa Gente e Unisuper (PESSOA, 2015).

Levando-se em consideração o enfoque nas áreas tradicionais de comércio, na sequência, verticaliza-se uma análise a respeito dessas áreas, considerando o comportamento dessa atividade nos bairros em estudo.

2.3A ESTRUTURA COMERCIAL NAS ÁREAS TRADICIONAIS DE COMÉRCIO DE NATAL

O recorte espacial de interesse desta pesquisa é definido como áreas tradicionais de comércio, dado o fato de terem sido os únicos espaços de concentração da atividade comercial varejista até a década de 1980, como já explicado. Essas áreas, localizadas nos bairros do Alecrim, Cidade Alta e Ribeira, no momento da ocupação inicial do espaço urbano, concentraram uma função comercial de único e relevante significado e continuam, com destaque para o Alecrim, a apresentar uma importante representatividade hoje.

Mesmo que se tenha um incremento urbano relativamente recente como mencionado no início deste capítulo, a centralidade comercial dessas áreas só passou a ser compartilhada com outras, no final do século XX, especialmente no início do século XXI quando emergiram outros espaços apropriados pela atividade comercial, assumindo alguns, a condição de centralidade.

Essas mudanças no âmbito da cidade sinalizaram para processos que marcaram a dinâmica dessas áreas tradicionais de comércio. Se por um lado, observa-se o incremento dessa atividade no bairro do Alecrim, por exemplo, por outro, constata-se um impacto de maiores proporções nas atividades comerciais que deram identidade ao bairro de Cidade Alta e, sobretudo, ao bairro da Ribeira, o que permite relativizar a relevância dessa função comercial nesses dois últimos bairros, mesmo que se observe uma mudança de uso desses espaços. Percebe-se, assim, não somente a ocorrência de formas comerciais que se mantém no processo da produção do espaço urbano, mas, também, a emergência de outros segmentos comerciais que se associam aos preexistentes, dando sentido a uma dinâmica de impacto urbano, dada a intensidade dos fluxos de pessoas, bens e serviços que são muito facilmente percebidos no contexto dessas três áreas.

Considerando esses elementos de análise, apresenta-se aqui a dinâmica comercial desses três bairros sem, contudo, olvidar que os mesmos, com ênfase para os bairros de Cidade Alta e Ribeira, guardam como marca de relevo uma constituição histórica que não pode ser secundarizado na discussão. Longe de serem entendidas como particularidades, essas características (comercial e histórica), acabam por exigir uma leitura do que se

entende por centro e centralidade, discussão que tem norteado vários estudos, tanto no campo da Geografia como da Sociologia e da Arquitetura.

Vieira (2002) ao construir uma tese sobre o processo de revalorização do centro de São Paulo, se debruçou sobre uma discussão que leva em consideração os conceitos supracitados. Para esse pesquisador,

O centro é caracterizado, antes de tudo, como o lugar para onde as pessoas se dirigem para a realização de determinadas atividades, e de onde todos se dirigem para fazerem estas atividades aí localizadas interagirem com as outras atividades que se localizam fora do centro. Portanto, a um só tempo, o centro integra e dispersa. Trata-se de uma área com um papel concentrador, de tal forma que mesmo quando a dinâmica da divisão territorial do trabalho é capaz de promover a emergência de outros “centros”, verificamos em cada um deles em diferentes escalas a atração e a convergência (2002, p. 114).

Apesar da emergência de outras centralidades no âmbito da cidade do Natal, sobretudo, das relacionadas ao terciário, as áreas estudadas mantêm uma centralidade na produção do espaço urbano. Para essas áreas se deslocam fluxos diários de pessoas de outros bairros da cidade e de outros municípios, exercendo uma importante atração que justifica também o trânsito intenso de produtos e serviços para atender a essa demanda. Por outro lado, dessas áreas, também residencial, se deslocam outros fluxos que demandam produtos e serviços que são ofertados em formas comerciais modernas como: *shopping centers*, hipermercados, atacarejos, serviços de lazer, dentre outros, fato que caracteriza uma dispersão que sinaliza para uma integração da cidade.

Nesse sentido, faz-se relevante destacar que a dinâmica comercial nas áreas contempladas pela pesquisa, não se justifica unicamente pelas práticas do bairro e do seu entorno, mas, também, pela dinâmica da cidade e até de sua região, dada a influência que esse comércio exerce na realidade urbanorregional. Dessa forma, o que se processa nessas áreas comerciais, guarda uma relação intrínseca com as demais formas comerciais distribuídas pela cidade, de modo que não existe um isolamento entre centro e demais partes da cidade. Ambas são constituídas a partir das diferentes relações sociais de produção que têm o poder de produzir espaços. Para Vieira (2002),

O centro não pode ser visto isoladamente ou sem levar em conta a expansão, ou os sub-centros, ou os desdobramentos ou os *shopping centers*, pois constituem todas formas da organização espacial conferida pelas relações sociais de produção no processo de divisão social do trabalho. Reflete a organização social que estrutura o espaço, impingindo a ele as características de um dado período e de uma dada forma de organização social (2002, p. 117).

Ainda no tocante ao entendimento do centro, outra característica que não pode ser perdida de vista, diz respeito à unicidade desse espaço citadino. Mesmo que sua leitura não possa prescindir da produção do espaço como um todo, essa área mantém uma característica única em relação às demais, dado o seu sentido histórico que a particulariza, singulariza, identifica. Decerto que a leitura se atém à realidade de uma metrópole do porte de São Paulo, distante da interpretação que se pode fazer de Natal, mas se referindo ao caráter único do centro, Vieira (2002) destaca:

Trata-se de um lugar que não se repete na metrópole, pois possui singularidades que não podem ser copiadas. O centro se distingue de todas as outras formas por estas singularidades, sobretudo de caráter histórico, que conferem àquele lugar uma identidade (2002, p. 117).

Esses meandros que perpassam a ideia de centro concebem-no enquanto uma centralidade urbana para onde ocorrem fluxos de naturezas variadas, dando sentido à conformação da cidade. Entretanto, para além da centralidade tradicional que tem o centro da cidade como seu ponto de partida, modernamente as cidades passam por processos reveladores de novas formas intraurbanas que se conformam em novas centralidades, além de ressignificar as áreas centrais tradicionais. Tal realidade se descortina quando o centro tradicional passa a perder importância ou significado para parcela da população no que tange as suas demandas de consumo por produtos e serviços.

Conforme salienta Oliveira Júnior (2008) essas novas centralidades se expressam muito acentuadamente em razão de elementos como: incapacidade dos centros tradicionais de abarcar as necessidades de reprodução e acumulação do capital, instaurada pela imposição de novos tempos hegemônicos; ampliação de estratégias de mercado, definidas por agentes imobiliários no sentido de fragmentar a cidade para favorecer o

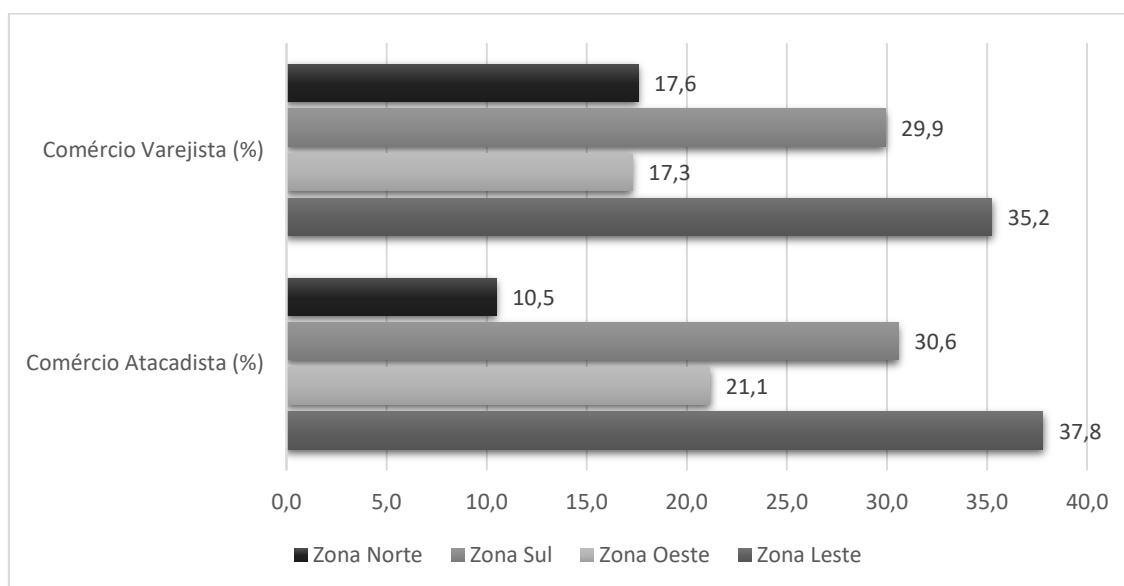
aperfeiçoamento da reprodução capitalista, implicando, também, um processo de revalorização do espaço urbano, diretamente relacionada às alterações no preço e acesso à terra urbana. Para o autor, essas novas centralidades são criadas em decorrência dos fluxos gerados pelas atividades em áreas centrais, dos quais resulta sua própria descentralização, que ao se estabelecerem e se intensificarem, propiciam o surgimento de novas centralidades (OLIVEIRA JÚNIOR, 2008).

Esse processo vem se fazendo sentir na cidade do Natal, e se comprova por intermédio dos dados secundários que mostram um certo arrefecimento da função comercial das áreas tradicionalmente comerciais. Contudo, elas têm conseguido manter uma centralidade na sua dinâmica urbana da cidade, ao passo que se intensifica a dinâmica comercial em outras áreas que se adensaram posteriormente, fato que coloca para os agentes dessa área, objeto de estudo, o desafio de repensá-la na lógica urbana atual.

Dessa forma, a área em estudo tem como marcas, processos de outros momentos, mas também resulta da configuração de novas centralidades comerciais que se processam na cidade contemporânea. Ademais, por mais que se vislumbre um direcionamento do estudo para a atividade comercial, dada sua relevância para o contexto da área, assim como da cidade e região, os bairros apresentam outras funções que lhe conferem um caráter multifuncional, do ponto de vista socioeconômico.

Especificamente, as informações referentes ao comércio varejista e atacadista, fornecidas pela Secretaria Municipal de Tributação, no ano de 2016, atestam que mesmo diante de uma importante representatividade em outras zonas, com destaque para a zona sul da cidade, esses dois tipos de comércio são mais relevantes na zona administrativa onde se localizam os bairros em estudo: a zona leste da cidade (gráfico 10). A zona leste apresenta o maior percentual de comércio varejista (37,8%) e de comércio atacadista (35,2%) da cidade. Essa realidade se constitui em um indicador de conteúdo de centralidade exercida pela área na RM e de modo específico da cidade do Natal.

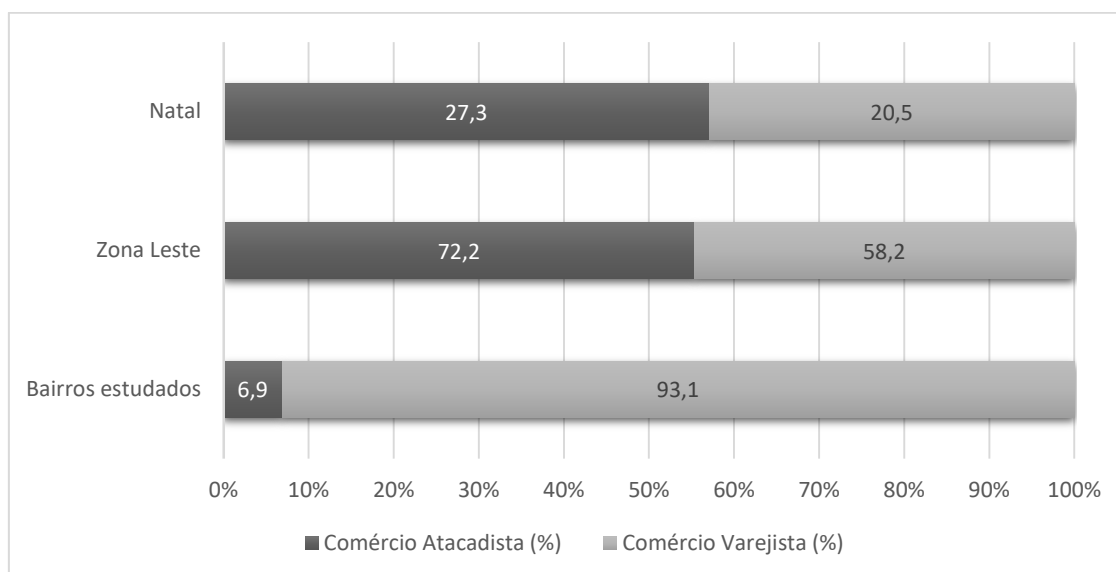
Gráfico 10 – Natal – Percentual de empresas de comércio varejista e atacadista por zona administrativa (2014).



Fonte: NATAL, 2014.

Da totalidade do comércio presente nos bairros em estudo, 93,1% compõem-se de comércio varejista. Esse é um dado que sinaliza para uma característica marcante do comércio desses bairros, a especialização do varejo tanto do moderno como do tradicional. Em relação à Zona Leste, composta por 12 bairros, a área em estudo concentra 58,2% do comércio varejista e 72,2% do comércio atacadista de Natal. No tocante à cidade, o comércio varejista dos três bairros corresponde a 20,5% de todo o comércio citadino, o que representa 1/5. Por sua vez o comércio atacadista representa 27,3% (gráfico 11).

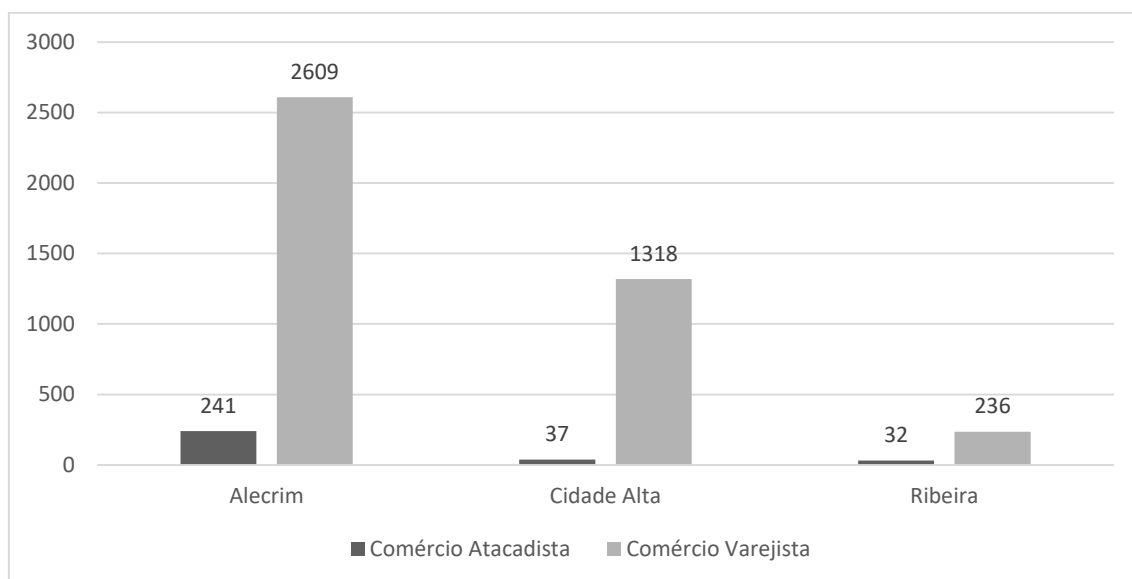
Gráfico 11 – Natal - Percentual de comércio varejista e atacadista nos bairros estudados e proporção desses comércios em relação à zona leste e a cidade (2014).



Fonte: NATAL, 2014.

Tratando-se especificamente dos bairros em estudo, ainda de acordo com as informações da SEMUT, no tocante ao quantitativo de comércio varejista e atacadista por bairro é possível identificar onde está a maior representação do comércio na área em estudo. Como pode ser percebido por meio dos dados do gráfico 12, o Alecrim é, de longe, o bairro que detém o maior número estabelecimentos comerciais do tipo varejista (2609), bem como do tipo atacadista (241). O bairro da Cidade Alta que historicamente concentrou boa parte do comércio citadino apresenta aproximadamente metade do número de estabelecimentos comerciais varejistas presentes no Alecrim (1318) e o bairro da Ribeira apresenta um quantitativo pouco expressivo para a área em estudo, traduzido em 5,7% do comércio varejista e 10,3% do comércio atacadista. Importante destacar que outrora esse comércio atacadista se concentrava, principalmente, na Ribeira e que nos dias atuais seu maior registro está no bairro do Alecrim que tem muitos estabelecimentos que comercializam no varejo, mas também no atacado (NATAL, 2014). São exemplos desse tipo de comércio, os segmentos de: embalagens, roupas e acessórios.

Gráfico 12 – Área em estudo – quantitativo de comércio varejista e atacadista (2016).

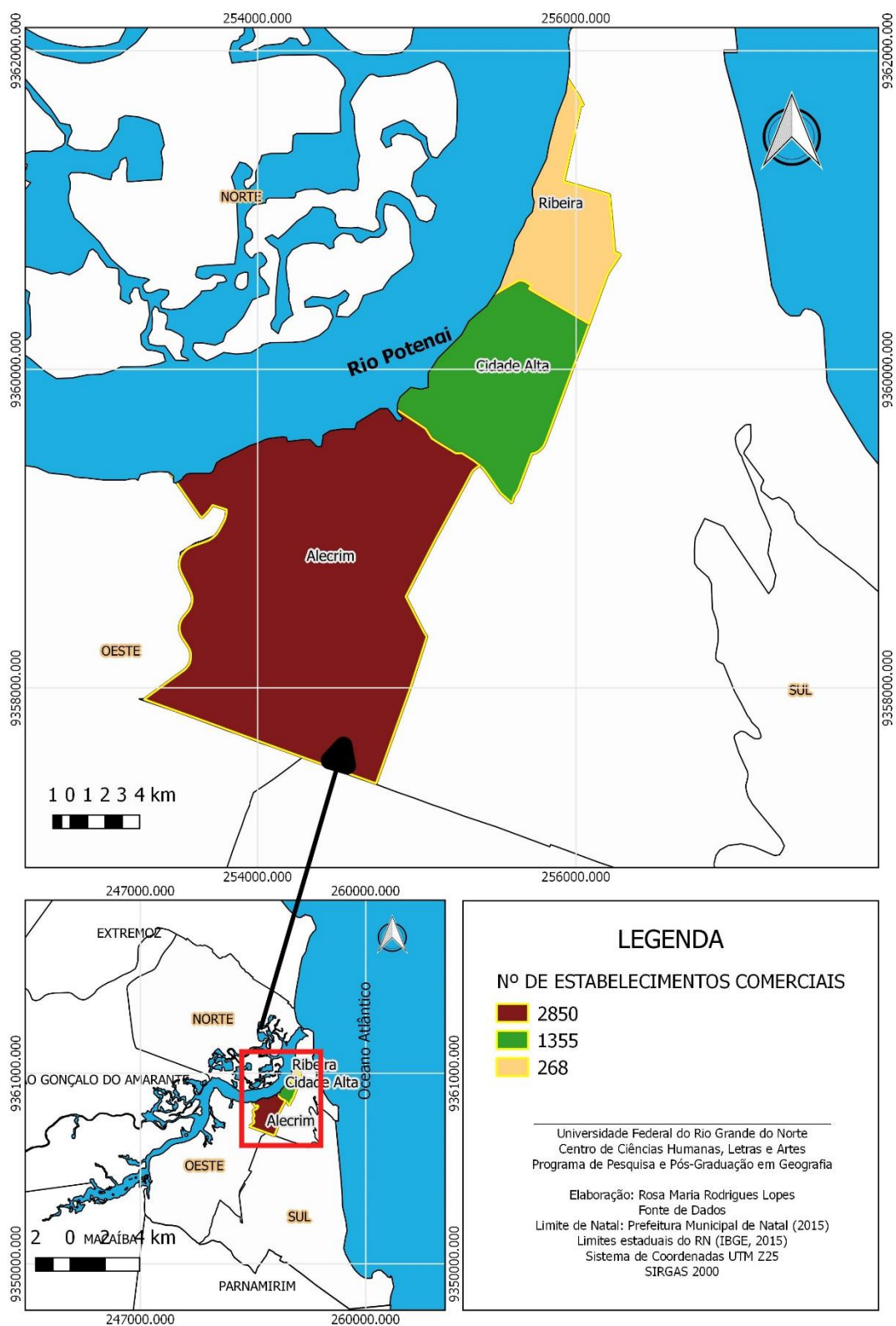


Fonte: NATAL, 2014.

Ao analisar as informações, fornecidas pelo SEBRAE, no ano de 2015, sobre atividades econômicas desenvolvidas nos três bairros em estudo, é possível observar uma expressividade que a atividade comercial tem na realidade local, muito embora seja patente a relevância dos serviços que em conjunto com o comércio delimitam um terciário expressivo (gráfico 13). O equilíbrio maior entre o quantitativo de estabelecimentos comerciais e de serviços encontra-se no bairro de Cidade Alta, com destaque para as atividades de serviços que congrega um número de 1190 empresas (48,4%), enquanto o comércio detém um quantitativo de 1005 estabelecimentos (40,9%).

Conforme já sinalizado em outros momentos desta pesquisa, além de concentrar parcela majoritária dos estabelecimentos comerciais, no bairro do Alecrim verifica-se um maior quantitativo no número de comércio (2.850) (mapa 4), que representa 63,7% do comércio da área de estudo. Dos três bairros, esse foi o último a se consolidar comercialmente e o único que mantém uma importante função comercial como será discutido no último capítulo deste trabalho. A Cidade Alta detém um percentual de 30,3% (1355) e a Ribeira de 6,0% (268) do total de estabelecimentos comerciais.

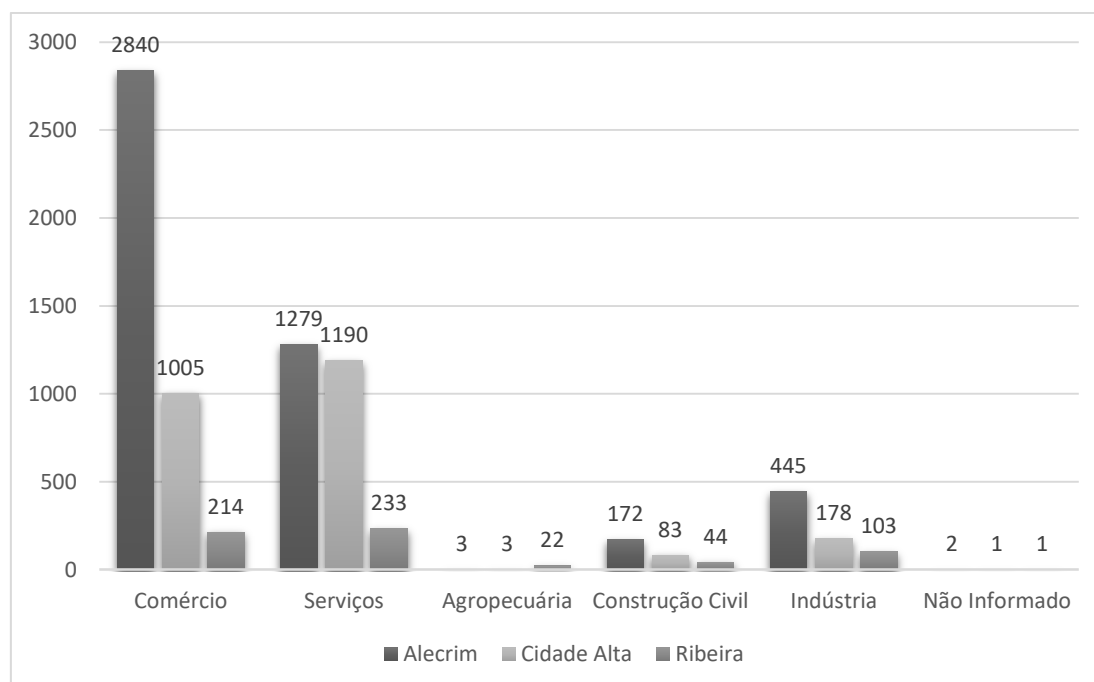
Mapa 4 – Área de estudo – Concentração comercial (2015).



Fonte: NATAL, 2014.

No bairro do Alecrim, existem, segundo dados do SEBRAE (2015), 1279 empresas de serviços que apesar de ser maior em relação ao bairro da Cidade Alta é menos significativo para o Alecrim, tendo em vista que em termos relativos representa 27,0% de todas as atividades econômicas do bairro, em contraponto ao comércio que tem uma representatividade de 59,9%. No que tange à área de estudo, observa-se uma concentração maior de estabelecimentos comerciais no bairro do Alecrim.

Gráfico 13 – Área em estudo – quantitativo de atividades econômicas (2015).

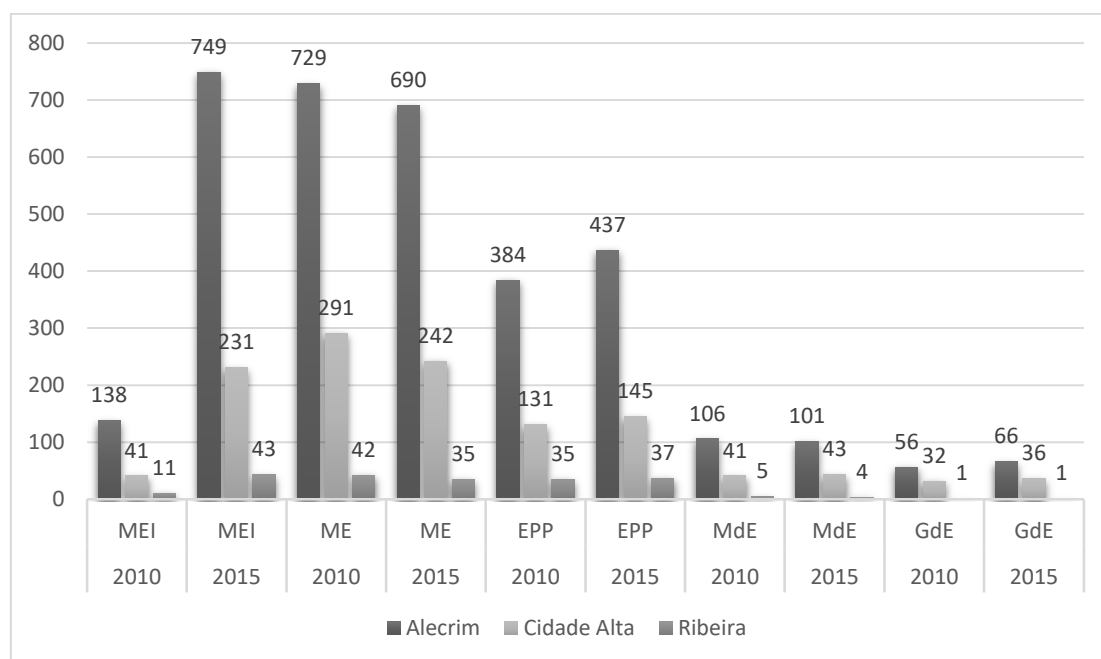


Fonte: SEBRAE, 2015.

Na continuação esses dados comprovam outra característica importante, especificamente para os bairros estudados: a prevalência de um comércio de menor porte aqui entendido como aquele que se enquadra nas classificações de MEI, ME e EPP (gráfico 14). Juntos, os estabelecimentos enquadrados nessa classificação somaram 1251 no bairro do Alecrim no ano de 2010 e 1876 no ano de 2015, o que representa um aumento percentual de 50,0%. Esse aumento deve-se, sobretudo, ao crescimento no número de MEI que passou de 137 em 2010 para 749 em 2015, totalizando, em termos percentuais a 447%. O bairro de Cidade Alta apresentou um percentual um pouco mais elevado de registro de MEI entre os anos de 2010 e 2015 (463,4%).

Esses dados mostram que o número de MEI ultrapassou o número de ME entre os anos de 2010 e 2015 decaindo nos três bairros, como é possível constatar no gráfico 14. Esse aumento deve-se, sobretudo, à formalização de novos negócios e o SEBRAE teve papel importante nesse sentido. Muitas campanhas foram realizadas e sabe-se que, pelo menos no bairro do Alecrim onde se tem a maior concentração de atividades informais, esse órgão empreendeu um programa no ano de 2009, conhecido como Agentes Locais de Inovação (ALI). Com a duração de dois anos, e com enfoque na orientação sobre inovação empresarial, o programa atendeu 1.500 empresas, muitas das quais foram formalizadas sob a orientação desse programa.

Gráfico 14 – Área em estudo – Quantitativo de estabelecimentos comerciais segundo porte (2015).



Fonte: SEBRAE, 2015.

OBS: MEI = Microempreendedor Individual; ME = Microempresa; EPP = Empresa de Pequeno Porte; MdE = Média Empresa; GdE = Grande Empresa.

Para dar maior concretude à análise empreendida, optou-se por fazer, na sequência uma apresentação dos três bairros com compõem o presente estudo. Pretende-se com isso caracterizá-los do ponto de vista da espacialização da atividade comercial para que o leitor possa acessar as

informações que se vinculam à dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio.

De acordo com o que já foi demonstrado, mesmo que a discussão se proponha a um estudo que toma como referência o caráter comercial, urge destacar que em consórcio com o comércio esses três bairros concentram atividades de serviços, administrativas e uma função residencial bastante relevante.

a) Alecrim

Institucionalizado em 1911, o bairro do Alecrim teve sua ocupação iniciada ainda no final do século XIX, mas que passou a se destacar na função comercial a partir da Segunda Guerra Mundial, por concentrar um número expressivo de comércio varejista. Contudo, mantém, também, uma função residencial significativa, ainda que tenha apresentado um declínio no número de domicílios particulares permanentes entre os anos de 2000 e 2010, conforme já apontado no início do texto. Diante do aumento no número de estabelecimentos comerciais, possivelmente esse declínio está relacionado à utilização de imóveis, antes de função residencial, para a abertura de empresas comerciais e de serviços.

Como já constatado, considerando a dinâmica do terciário como o todo, esse bairro se destaca no campo da atividade comercial, sendo muito fortemente relacionada ao varejo. Dos três, o bairro do Alecrim é o que detém o maior número de estabelecimentos comerciais, sendo o mais representativo para o recorte de estudo, bem como para a cidade do Natal como um todo. Encontra-se nesse espaço, muitas empresas estabelecidas desde a ocupação inicial do bairro, tidas como tradicionais, mantendo uma clientela fiel que se desloca, inclusive, de outras áreas da cidade para consumir nesse espaço, até empresas abertas em um período mais recente.

Seu segmento de comércio é variado, mas centra-se, sobretudo, em varejo de vestuário e acessórios, presentes, embalagens, peças e serviços automotivos, alimentação e eletrodomésticos. O bairro cobre um espaço de 309,37 ha, conta com um comércio que se faz presente na maior parte de suas

ruas, ocorrendo uma maior concentração nas proximidades do camelódromo que se localiza entre as Ruas Coronel Estevam e Amaro Barreto.

Essa área concentra um comércio predominantemente varejista e com uma forte recorrência da informalidade, que de certa forma tem sido combatida por intervenções como as do SEBRAE tem feito um trabalho de orientação empresarial sistemático nesse bairro, fato que explica um aumento no número de empresas que se formalizaram como microempreendedor individual.

Além do camelódromo (figura 2), no entorno do qual se concentra, de forma mais intensa, a função comercial do bairro, é possível encontrar, também, espaço referenciado como feira do Alecrim e ainda com outras formas comerciais mais antigas do ponto de vista histórico, quais sejam: o Mercado Antônio Carneiro (Mercado da 6), na Rua dos Canindés e as duas feiras livres: a do Fogo, localizada no cruzamento da Av. Coronel Estevam com a Rua Presidente Quaresma e a Feira do Alecrim, localizada na Rua Presidente Quaresma (SEMURB, 2008).

Figura 2 – Alecrim – Camelódromo (2015).



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

Ainda merece destaque o comércio de característica tradicional de pequenos empreendimentos que comercializam gêneros alimentícios pesados e embalados na hora da compra, e com atendimento realizado no balcão,

conforme característica muito peculiar do comércio tradicional. Esse comércio também se encontra nas calçadas, em pequenas bancas especializadas em ervas e lambedores para a composição de chás medicinais, cereais etc. (figura 3).

Figura 3 – Alecrim – Comércio varejista tradicional (2015)



Fonte: Pesquisa de campo, 2015.

No Alecrim também se fazem presentes formas comerciais modernas e de maior superfície, como os supermercados Nordestão e Rede Mais, Shopping 10, galeria comerciais e lojas de produtos de eletrodomésticos de redes nacionais, demarcando assim o espaço para o varejo moderno que tem como principais representantes: Rabelo, Insinuante, Laser Eletro, Atacadão dos Eletros, Casas Bahia, Eletro Shopping e Magazine Luiza. A concentração dessas lojas indica uma especialização de rua, haja vista, encontrarem-se instaladas, em sua maior parte, na Rua Amaro Barreto. Como suporte desse tipo de comércio tem-se a concentração, em suas proximidades, de lojas de menor porte de produtos como: móveis, colchões e roupa, mesa e banho (figura 4).

Figura 4 – Av. Amaro Barreto (2016).



Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

O registro de informações com base em observação sistemática permite constatar, também, a ocorrência de paisagens modificadas em curto espaço de tempo. Essas modificações se expressam pela abertura e fechamento de vários estabelecimentos comerciais, pela realocação de outros, pela concentração de vendedores ambulantes que varia no tempo e no espaço dando ao bairro um movimento frenético que o mantém vivo e fortemente representativo para um território alargado que vai além de suas fronteiras.

Outra característica fortemente arraigada no Alecrim é a especialização de ruas em um ou outros poucos segmentos comerciais, como de vestuário, calçados e acessórios, óticas, comércio de embalagens, eletrodomésticos, produtos agrícolas etc. É o caso da Avenida Coronel Estevam que concentra um número elevado de estabelecimentos com comercialização de material para reciclagem em uma área próxima aos limites do bairro do Alecrim com as Quintas, este último localizado na zona oeste. Nessa mesma avenida, adentrando o bairro do Alecrim, esse tipo de comércio divide espaço com estabelecimentos especializados em serviços e produtos automotivos. Na área mais central, onde encontra-se a maior dinâmica comercial do bairro, o comércio de destaque é de vestuário e acessórios.

Realidade semelhante pode ser observada na Rua Presidente Quaresma. Em um trecho que compreende dois quarteirões ocorre a concentração de comércio de produtos agrícolas que divide espaço com óticas. Em outro trecho da rua é possível identificar a concentração de comércios de embalagens (figura 5).

Figura 5 – Rua Presidente Quaresma – área com concentração de comércio de embalagens (2014).



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Como o comércio desse bairro cresceu da espontaneidade e não houve intervenção no espaço comercial do Alecrim que tivesse resultado efetivo do ponto de vista do ordenamento dessa atividade, é muito comum encontrar pequenos estabelecidos em barracas que se aglomeram ao longo das calçadas e até mesmo na rua, dificultando o trânsito de pedestres e veículos, especialmente na região de maior dinâmica comercial do bairro (figura 6)

Figura 6 – Alecrim – Presença de barracas ocupando a avenida Coronel Estevam (2014).



Fonte: Pesquisa de campo, 2014.

Além do comércio formal, o Alecrim se constitui no espaço de maior concentração de comércio informal. Além do camelódromo referenciado anteriormente, o comércio de ambulantes se faz presente com intensidade expressiva, oferecendo produtos baratos, na sua maioria de qualidade inferior, sendo, portanto, o comércio acessado pela população de poder aquisitivo mais baixo.

Por último, outra característica que cabe destacar no comércio do Alecrim é que além de atender, preferencialmente, a um perfil popular, alguns estabelecimentos são frequentados por pessoas de maior poder aquisitivo. Atendendo a esse perfil tem-se, dentre outros, comércio de roupas, de joias, de produtos automotivos e de móveis. Há inclusive práticas de consumo desse público que são camufladas, atendendo às necessidades dos clientes que evitam ser vistos em um ambiente de características tão populares.

Toda essa vitalidade é responsável pelo valor que o bairro detém no âmbito da cidade, inclusive testemunhando um crescimento que consolida, cada vez mais, a característica de bairro comercial, antes atribuída ao bairro de Cidade Alta que na atualidade é fortemente marcado pelas atividades de serviços como será demonstrado na sequência.

b) Cidade Alta

Segundo bairro mais representativo em termos comerciais, a Cidade Alta, um dos primeiros espaços de ocupação da cidade, detém um conjunto de valores histórico-culturais de relevo para o patrimônio da cidade. Assim, além da ideia de bairro formado pela presença marcante de atividades terciárias, esse espaço, em consórcio com a Ribeira, delimita, também, o centro histórico de Natal.

Cidade Alta que conta com uma área de 94,10ha, conforma em seu espaço um expressivo conjunto de estabelecimentos comerciais e de serviços, sendo esses últimos mais representativos. Do ponto de vista dos serviços, o bairro que abriga a Prefeitura do Natal, sedia dentre outros, os serviços de educação (pública e privada), bancários, empresa de vigilância, consultórios odontológicos, clínicas, escritórios imobiliários, de contabilidade e de advocacia etc. Tais serviços encontram-se distribuídos nas principais ruas e avenidas do bairro, mas, principalmente em edifícios e galerias comerciais.

O aumento da concentração de serviço, superando o quantitativo de comércio, resulta de mudanças que se processaram a medida que o comércio popular foi marcando presença no bairro vizinho, o bairro do Alecrim. Não quer dizer com isso que o comércio da Cidade Alta não seja popular, mas que tem algumas características de diferenciação em relação ao Alecrim, como também à Ribeira. Dentre as características, vale mencionar a maior ocorrência de formas comerciais como: edifícios comerciais; lojas franqueadas e; lojas de departamento também encontradas em outras áreas da cidade, como os *shopping centers*.

A forte presença desses edifícios comerciais é um dos elementos que particulariza a dinâmica econômica do bairro de Cidade Alta em relação ao Alecrim e à Ribeira. São exemplos desses edifícios e galerias: o Centro Comercial João Pessoa, o Edifício Mendes Carlos, o Edifício Sisal, a Galeria Princesa Isabel e a Barão do Rio Branco.

Outro ponto de diferenciação em relação aos dois outros bairros, objeto de estudo desta pesquisa, é a presença de lojas de departamento que se encontram concentradas, na Rua João Pessoa e Avenida Rio Branco como:

Riachuelo, C&A, Leader, Marisa, Rio Center, Renner e Americanas. Essas lojas são bastante representativas para o comércio do bairro, haja vista serem estabelecimentos âncoras que impulsionam a circulação de consumidores no bairro.

Também concentrados nos espaços compreendidos pela Rua João Pessoa, Avenida Rio Branco e Avenida Princesa Isabel se fazem presentes, empresas franquizadas, sobretudo, nos seguintes segmentos: vestuário, acessórios e calçados (Avohai, Couro Fino, Colombo, Schalk, Gato e Sapato, Damyller, Ecológica, Havaianas, Lojas Emanuelle); perfumaria (O Boticário, Lacqua de Fiori, Chlorophylla); produtos farmacêuticos (Farmafórmula); produtos alimentícios (Subway). É importante ressaltar que as franquias citadas, tratam de tipos comerciais se adequam às áreas de comércio popular, alinhando-se ao perfil do consumidor dessa área.

Similarmente ao bairro do Alecrim, a Cidade Alta concentra um número expressivo de comércio de caráter popular de variados segmentos tais como: lojas de vestuário, calçados e acessórios, farmácias, papelaria, tecidos, aviamentos, óticas, produtos cosméticos, presentes e utensílios domésticos, material esportivo, de informática, de música, eletrodomésticos. Outra similaridade está na ocorrência de estabelecimentos comerciais de chineses e coreanos. Estes que têm visivelmente crescido na última década se fazem presentes nos dois bairros. O segmento de comércio assumido por eles é de bolsas e acessórios, eletrônicos e alimentação.

O bairro conta, também, com um shopping popular (camelódromo) composto por pequenos quiosques que comercializam produtos eletrônicos importados de baixo custo, produtos pirateados e vestuário (figura 7). No entanto, diferentemente do shopping popular do Alecrim, o da Cidade Alta apresenta um esvaziamento, podendo ser observada a presença de quiosques fechados, além de uma presença preponderante de produtos eletrônicos.

Figura 7 – Cidade Alta – Shopping Popular (Camelódromo).



Fonte: Google Earth, 2015.

Resumidamente, do ponto de vista espacial, o comércio, em consórcio com os serviços estão concentrados entre as avenidas Rio Branco e Deodoro da Fonseca. Tomando a Rua João Pessoa como referência, é possível encontrar nessa área, uma maior ocorrência das lojas de departamento, e de estabelecimentos franquizados. Nas ruas transversais como a Ulisses Caldas, identifica-se um aglomerado de estabelecimentos comerciais especializados em óticas (figura 8) e a Rua Cel. Cascudo especializada em lojas de calçados e bijuterias.

Figura 8 – Cidade Alta – Concentração de óticas na Rua Ulisses Caldas.



Fonte: Google Earth, 2015.

Das áreas tradicionais aqui estudadas, esta é a que concentra um relevante número de atividades comerciais, mas também de serviços. Como será discutido nos dois capítulos subsequentes deste trabalho, muitos empreendimentos comerciais que atendiam a um público com maior poder aquisitivo foram fechados, dando espaço ao comércio de caráter popular. Nesse ínterim, o público passou a consumir nas novas formas comerciais como os *shopping centers* que se difundiram a partir da década de 1990. Esse esvaziamento, também experimentado pelo bairro da Ribeira no período pós Segunda Guerra, relegou essa área a uma situação de pouca movimentação e dinâmica socioeconômica, conforme a descrição a seguir.

c) Ribeira

A Ribeira abrange uma área de 60,50ha e proporcionalmente é o que menos contribui para a dinâmica comercial da área. Detém importantes elementos históricos, materializados em um patrimônio que testemunha a ocupação inicial da cidade, conforme será discutido do capítulo seguinte. No bairro estão localizados vários órgãos como: o Instituto Técnico-Científico de Polícia do Rio Grande do Norte, a Junta Comercial do Estado do Rio Grande do Norte, o Ministério do Trabalho e Emprego, a Secretaria Municipal de Transporte e Trânsito Urbano, a Receita Federal além do porto e da estação ferroviária. Todos esses órgãos encontram-se sediados na Avenida Duque de Caxias, principal avenida do bairro.

Conforme visto no gráfico 13, assim como a Cidade Alta, a Ribeira concentra um maior número de estabelecimentos de serviços. O comércio aí estabelecido dá suporte aos serviços públicos instalados nessa área, bem como se direciona à atividade portuária. A Avenida Tavares de Lira é um exemplo de área que agrupa estabelecimentos de máquinas e refrigeração e produtos de pescado. Uma característica da Ribeira é que o bairro é composto por prédios antigos que testemunham um tempo pretérito de dinâmica mais intensa, tanto no que concerne ao comércio, quanto à habitação.

Embora o bairro já tenha sido contemplado com diversas propostas de intervenções como o Plano de Reabilitação de Áreas Centrais (PRAC), o Projeto Rehabitar e o Circuito Cultural Ribeira, muitos prédios antigos,

encontram-se abandonados e degradados, denunciando estruturas bastante ociosas (figura 9). Por esse motivo, o bairro passou a ser definido, por força da Lei 4.932/97 como Área Especial de Operação Urbana. Trata-se de um instrumento urbanístico que estimula o uso residencial e atividades artísticas, culturais, turísticas e de lazer, além da recuperação de seu patrimônio e da qualidade ambiental como um todo (SEMURB, 2008). Todos esses projetos, associados às atividades culturais desenvolvidas nesse espaço, contribuíram, mesmo que de forma amena, para reforçar uma identidade cultural.

Figura 9 – Ribeira – Rua Frei Miguelinho.



Fonte: Google Earth, 2015.

Há espalhados pelo bairro, pequenos estabelecimentos comerciais de alimentação. Esses são acessados por trabalhadores do bairro, bem como de usuários dos serviços aí instalados. Além de se distribuírem pelas ruas, esses estabelecimentos podem ser encontrados na área que corresponde à antiga rodoviária da cidade, hoje restaurada e transformada no Museu de Cultura Popular Djalma Maranhão, adjacente à Praça Augusto Severo (figura 10).

Figura 10 – Ribeira – Museu de Cultura Popular Djalma Maranhão.



Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

Além do Museu de Cultura Popular, o bairro conta com outros espaços destinados às atividades culturais, a exemplo do Teatro Alberto Maranhão e da Casa da Ribeira. Mesmo que pontual, as atividades artístico-culturais que acontecem nesses e em outros espaços privados, a exemplo de casas noturnas e de bares com música ao vivo e programação fixa de samba e chorinho têm motivado uma dinâmica no bairro da Ribeira, atraindo principalmente os turistas.

Também se faz presente na Ribeira, o comércio de alimentação, espalhado pelas principais ruas, mas que se adensa na área próxima à Praça Augusto Severo, atendendo à demanda de trabalhadores e transeuntes. É possível encontrar ainda, estabelecimentos comerciais de peças de refrigeração para o mercado de pescado nas proximidades do Porto.

Hoje a Ribeira não apresenta mais o movimento de outrora, seus usos se modificaram em um processo maior de dinâmica e crescimento da cidade. Se por um lado essa vitalidade foi amenizada, por outro, apresenta um potencial de relevo, haja vista, resguardar, mesmo que de forma pouco efetiva, um patrimônio histórico e cultural, abrindo espaço para múltiplos usos e

inclusive se consubstanciando enquanto importante espaço para a apropriação de práticas turísticas.

As características que resultam dos diversos momentos históricos serão consideradas na análise do capítulo seguinte, onde a pesquisa fará uso de uma regressão aos diversos momentos que marcaram a construção da realidade ora delineada, seja na perspectiva dos bairros estudados, seja no tocante à produção do espaço urbano de Natal, haja vista a necessária interconexão dessas lógicas espaciais.

Em síntese, tem-se três áreas tradicionais de comércio que se consolidaram em períodos históricos discutidos a seguir, mas que tiveram suas dinâmicas alteradas, frente aos novos desafios traduzidos pela expansão urbana de Natal, mas também, pela instalação de novos formatos comerciais em outras áreas da cidade, muito fortemente suscitado por práticas sociais fundamentadas, preponderantemente, no consumo.

Entretanto, o conhecimento dos processos constituintes dessas áreas comerciais em estudo nos impõe a necessidade de desconstruir esses contextos para que a realidade exposta possa ser mais bem compreendida. Para tal entende-se a pertinência de discutir sobre as práticas espaciais que enquanto marcas da paisagem precisam ser entendidas. É o desafio a ser vencido no capítulo seguinte.

Desse modo, na sequência deste trabalho o leitor terá a compreensão de que os diferentes momentos responsáveis pela construção da realidade exposta neste capítulo não resultam de um momento único da produção do espaço. Ao longo dos 417 anos da cidade, contextos políticos, econômicos e sociais diferenciados foram se estabelecendo, os quais favoreceram a emergência de momentos também diferenciados de produção do espaço.

3 OS DIVERSOS MOMENTOS DA REALIDADE CONSTRUÍDA

O capítulo que segue se reveste de um sentido histórico que toma a produção do espaço urbano de Natal e sua dinâmica comercial numa perspectiva analítico-regressiva. Esse é o momento do método regressivo-progressivo em que são identificadas e discutidas as estruturas espaciais que foram modificadas e como o tempo social e histórico exprimem práticas sociais que se realizam ao longo da história e que explicam muito do que está posto na realidade presente.

Ao retornar ao passado na busca pelas explicações dos processos e formas vislumbrados no presente, tem-se três momentos do processo de produção do espaço urbano de Natal que corroboram com importantes mudanças da dinâmica comercial potiguar. Esses momentos marcam transformações na função comercial das áreas estudadas, subsidiando a leitura da atual situação do comércio nesses bairros. Ainda que se saiba que é impossível conceber a leitura dos processos espaciais a partir de uma linearidade, recorre-se a essa perspectiva como forma de facilitar a compreensão do desenrolar dos eventos e as repercussões para a dinâmica comercial em cada espaço de tempo considerado.

Nesse sentido, são consideradas aqui as práticas sociais que, conforme ressalta Lefebvre (2000), corroboraram com a produção, mas também com a reprodução do espaço, abrangendo lugares e conjuntos espaciais próprios a cada formação social e que se revelam contínuos numa relação de coesão, daí a impossibilidade de analisar a produção do espaço tomando como elemento basilar, a linearidade espaço-temporal. Entende-se assim, a conjunção de práticas de diferentes épocas que se justapõem no recorte espacial em análise. São marcas impressas na paisagem que precisam recorrer ao passado para serem entendidas e é por intermédio desse pensamento que se constrói esse capítulo.

Deste modo, o texto se pauta em discutir as relações sociais de produção, realizadas historicamente e que são frutos das representações que o espaço adquiriu sob o olhar de classes dominantes, haja vista ser essa a fonte de registro mais acessível para a reconstituição das diferentes formações sociais que se processaram no espaço ao longo do tempo.

Dessa forma, sua construção estrutura-se em três subseções nos quais estão contidas leituras inerentes a cada momento da dinâmica comercial. O primeiro deles caracteriza e analisa os eventos considerados relevantes para a produção do espaço de Natal nos primeiros séculos de ocupação mas, principalmente, no início do século XX quando se tem, de fato, a configuração territorial de um espaço citadino.

O segundo debruça-se sobre o período que se inicia com as mudanças possibilitadas a partir da instalação da Base Aérea Norte-Americana, durante a Segunda Guerra Mundial (década de 1940). Entende-se que esse momento foi decisivo para o crescimento da cidade, projetando-a para uma dimensão urbana de importante envergadura e que foi responsável pela consolidação da atividade comercial nas áreas tradicionais de comércio. É nesse contexto da Segunda Guerra que a Ribeira e a Cidade Alta apresentam expressiva dinâmica comercial, passando a serem as principais áreas da atividade comercial da cidade do Natal. Se até o momento esses bairros, especialmente a Ribeira, se destacavam nessa função, é sem dúvida com advento da passagem dos americanos em solo potiguar que alcança seu apogeu.

A terceira subseção analisa a expansão e modernização do comércio no âmbito da cidade que tem como marco temporal os anos de 1970. Tem-se que é a partir desse momento que o comércio extrapola os limites das áreas tradicionais de comércio, ganhando espaço em outras áreas da cidade que estavam se adensando, muito especialmente, a partir de uma política urbano-industrial implementada a partir da criação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), que investiu no desenvolvimento industrial. Em paralelo registra-se uma modernização do comércio que se deu a partir da instalação de supermercados, hipermercados e *shopping centers*.

Como suporte à abordagem aqui apresentada, recorreu-se à produção bibliográfica de geógrafos, economistas, historiadores e arquitetos que têm se dedicado à história da cidade. Dentre os vários consultados destaca-se: Cascudo (1999, 2011), Onofre Júnior (1996), Santos (2010), Arrais, Andrade e Marinho (2008), Lima (2001), Costa (2000), Clementino (1995), Ferreira e Dantas (2006), Arrais (2006, 2011), Nascimento (2003, 2007, 2015).

3.1 DA OCUPAÇÃO DE NATAL MODERNA AO INÍCIO DO SÉCULO XX

A fundação da cidade do Natal ocorreu em 25 de dezembro de 1599, data festiva cristã em que se comemora o nascimento de Jesus, fato que explica o nome dado à cidade. Sua ocupação aconteceu a passos lentos e só ganhou notoriedade no século XX, com a instalação da Base Aérea Norte-Americana, muito embora tenha sido alvo de importantes eventos históricos que precederam a Segunda Guerra Mundial e que serão apresentados na sequência do texto.

A esse respeito vale destacar que do domínio português passou ao domínio holandês no século XVII (1633 – 1654) que durou 21 anos, sendo retomada pelos portugueses. Os incipientes sinais de urbanização foram destruídos por ocasião da ocupação holandesa, fato que contribuiu ainda mais para manter o quadro de fragilidade no tocante à ocupação e crescimento urbano de Natal. Durante esse período, muitas pessoas se fixaram no campo, a organização política local foi desestruturada e várias edificações foram destruídas.

A retomada das atividades política, administrativa, religiosa, de comércio e serviços foi-se efetivando a partir da expulsão dos holandeses. Não obstante tamanha precariedade do ponto de vista da ocupação e urbanização, Natal era, no século XVII a única cidade do Rio Grande do Norte, instituída pela Coroa Portuguesa.

Essa reconstrução permitiu um novo adensamento que embora tenha se dado de forma amena, foi o responsável pelo surgimento das primeiras ruas natalenses no século seguinte (XVIII), indicando, assim, a consolidação do espaço que compreende os bairros da Cidade Alta e Ribeira. Algumas construções desse período evidenciam a dinâmica que se pretendia instalar no processo de ocupação da cidade. Dentre elas, vale mencionar: a Igreja de Nossa Senhora do Rosário dos Pretos (1714), a Igreja de Santo Antônio (1763), e o prédio da Casa de Câmara e Cadeia (1770), na Cidade Alta e a Igreja do Senhor do Bom Jesus das Dores (1774) na Ribeira. Essas construções são representativas do poder da igreja no contexto político existente expresso pela importância da função religiosa que marcou a

produção, desde o século XVII quando foi construída a Igreja de Nossa da Apresentação que até a década de 1980, assumiu a função de catedral.

O bairro da Ribeira, hoje pouco habitado e de uso comercial, tem seu nome devido à sua localização, situa-se em uma área baixa da cidade próxima ao estuário do Rio Potengi/Jundiaí, tem sua ocupação inicial relacionada ao trajeto de ligação entre os pontos estratégicos de Cidade Alta e da Fortaleza dos Reis Magos.

A Ribeira foi ocupada inicialmente por fazendas e chácaras no século XVIII e recebeu esse nome por se tratar de um lugar pantanoso, alimentado pelas marés. Pelas palavras de Cascudo (1999, p. 150), “o terreno era quase todo ensopado, pantanoso, enlodado. Apenas alguns trechos ficavam a descoberto nas marés altas de janeiro” (figura 11).

Figura 11 – Vista do bairro da Ribeira retratando área alagada.



Fonte: SEMURB, [s.d.].

Sua ocupação se intensificou na segunda metade do século XIX, tendo sua imagem relacionada, principalmente, à função comercial como é de perceber nos inúmeros registros históricos sobre o bairro. Dos três bairros em estudo, a Ribeira foi o que primeiramente sediou o comércio citadino, de onde

se expandiu para o bairro de Cidade Alta, primeiramente ocupado pela função residencial.

As primeiras intervenções dividiram espaço com uma área de brejo inabitável, fato que justificou um aterro com abertura de valas para o escoamento das águas e a construção da Ponte Barros Braga em 1736, ligando a Cidade Alta à Ribeira, também conhecida como Cidade Baixa. Foi a partir desse momento que a Ribeira passou a se adensar e fixar os primeiros estabelecimentos comerciais, com destaque para a segunda metade do século XVIII, conforme destaca Cascudo (1999), em seu livro sobre a história da cidade do Natal:

A Ribeira fixou o comércio. Foi seu domínio. A primeira rua paralela ao rio se disse rua do Comércio (rua Chile), onde os armazéns se erguiam, recebendo pau-brasil, algodão, açúcar, tatajuba, peixe seco, etc.

Da última década do século XVIII são esses os regimentos de sapateiro, alfaiate e ferreiro, tabelando os produtos manufaturados na cidade, denunciando o nível de vida e o próprio poder aquisitivo da moeda (1999, p. 237).

Na sequência de seu pensamento, em relato que faz referência ao início do século XIX, Cascudo (1999) afirma que a Ribeira era o bairro dos comerciantes e que Henry Koster⁵, ao visitar a Ribeira, em 1820, a teria definido como o lugar onde viviam os comerciantes do Rio Grande do Norte. Segundo o autor, por essa época, o bairro contava com número de aproximadamente trezentos habitantes.

Assim, foi somente no século XIX que o espaço assumiu a característica de bairro e isso se deveu, principalmente, à construção do cais do porto (1869), fazendo surgir estabelecimentos comerciais e uma pequena população residente que tornou o bairro mais ativo e dinâmico conforme destaca Costa (2000). A Ribeira passou a ser a principal ligação entre Natal e o interior, bem como com outras localidades fora do território norte-rio-grandense. Nas proximidades do porto foram construídos alguns armazéns e aos poucos a construção de casas foi delimitando as ruas e ocupando o espaço.

Sobre esse movimento, assim fala Cascudo,

⁵ Cronista português que escreveu sobre as viagens que fez pelo interior do Nordeste.

A partir de 1850 construíram os prédios de pedra-e-cal na rua do Comércio, alvoreço da venda e compra de açúcar e algodão. Em 1869, o presidente da Província, Pedro de Barros Cavalcanti de Albuquerque, mandou fazer o Cais 10 de Junho, atualmente Tavares de Lira, e no ano seguinte transferiu a sede da administração provincial para o sobradão da rua do Comércio, deixando o palácio de taipa-e-pedra da rua da Conceição (1999, p. 152).

Como visto na passagem textual, a sede da administração provincial, antes localizada no espaço que hoje corresponde ao bairro de Cidade Alta, foi transferido para a Ribeira no espaço que passou a concentrar importantes prédios públicos e estabelecimentos comerciais, especialmente no século seguinte (XX).

Conforme destaca Nascimento (2015), em um estudo geo-histórico sobre o bairro da Ribeira, no século XIX, eram poucas as ruas que davam sentido ao bairro, sendo elas, a rua do Aterro, a Rua da Campina (atual Duque de Caxias), a Rua da Praia (atual Rua Silva Jardim) e a Rua do Comércio (atual Rua Chile). “Todavia, devemos destacar que, apesar das poucas ruas existentes nesse período na Ribeira, todas elas já se destinavam ao comércio e serviços, evidenciando a ‘vocalização’ deste bairro para esta atividade na capital potiguar” (NASCIMENTO, 2015, p. 30).

Mesmo com o registro de atividades comerciais, até a primeira metade do século XIX, Clementino (1995) destaca que a capital abrigava mais uma característica administrativa que comercial, devido, em grande parte, a dificuldade de transposição das dunas localizadas entre o Rio Potengi e o mar. Segundo a autora, a função comercial de Natal era exercida “em segunda mão” pela Vila de Macaíba, onde existia a Casa Comercial de Exportação de Fabrício Gomes Pedroza, maior casa de exportação no final do séculos XIX.

Nesse contexto, a vida citadina foi se processando entre os bairros da Cidade Alta e da Ribeira, muito embora, sem importantes registros indicativos de intensa urbanização. Esses só vieram a ter um pouco de expressividade, no final do século XIX. Assim, por quatro séculos (XVI – XIX) sua ocupação se limitou aos bairros que compõem o centro histórico da cidade, localizado na zona leste, estando os três bairros ora estudados (Alecrim, Cidade Alta e Ribeira) inseridos nesse recorte, com destaque para os dois primeiros.

Ao considerar o povoamento da Ribeira, em seu estudo que trata da gestão do centro histórico de Natal, Souza (2013) destaca:

A intensificação do povoamento da Ribeira no século XIX contribuiu para que se estruturasse na cidade uma maior complexidade de profissões e atividades econômicas que foram sendo incrementadas na medida em que o bairro crescia. Até meados do século XIX, a Ribeira correspondia a uma área após a ladeira da Rua da Cruz, atual Avenida Câmara Cascudo, que alagava nas cheias das marés (2013, p. 84).

Com base nessa passagem textual é possível perceber que a Ribeira ascendeu do ponto de vista de sua ocupação já no século XIX. Essa dinâmica foi responsável pela emergência de um comércio que viria a se consolidar no século seguinte, se expandindo para a Cidade Alta e a *posteriori* para o Alecrim, delimitando o que se compreende hoje como áreas tradicionais de comércio.

Em um estudo introdutório sobre crônicas de origem da cidade do Natal, feitas por Câmara Cascudo, Arrais (2011) destaca que nos séculos iniciais de ocupação de Natal, inexistia uma unidade físico-espacial e demográfica que corroborasse de fato com um ordenamento territorial citadino. Mesmo com dois bairros exibindo a denominação de cidade (Cidade Alta e Cidade Nova⁶), Natal não tinha condições de exibir o título de cidade. Para Cascudo, a cidade só existia do ponto de vista formal, no registro civil que lhe fora outorgado e seu nascimento estava verdadeiramente se processando a partir do sopro moderno que o espaço passou a experimentar no início do século XX. A esse respeito Cascudo escreve:

Oficialmente existe a Cidade do Natal há trezentos e trinta anos. Relativamente parece com este título a oito ou nove anos. Ou melhor, imita cidade recém fundada se o enviezamento das arterias não denunciasses a velhice (2011, p. 106)⁷.

O início do século XX foi marcado por importantes mudanças nos bairros da Ribeira e da Cidade Alta, únicos bairros oficiais de Natal. Nesse momento a

⁶ Esse bairro foi desmembrado em dois: Tirol e Petropolis.

⁷ Trecho da crônica publicada originalmente no jornal A República, no dia 30 de outubro de 1929.

cidade passou a experimentar uma série de intervenções urbanísticas defendidas pela elite local que colocava como patente a necessidade da cidade superar suas características provincianas que a tornaram insignificante a ponto de ser cogitada a possibilidade de transferência da capital para Macaíba, dado o fato de ter se mantido em uma relativa estagnação desde a sua fundação, sendo esta última cidade, mais dinâmica que a própria Natal. Ao contextualizar o papel das elites no ordenamento urbano da cidade, Clementino (1995) pontua:

É o Estado capturado, comprometido com a oligarquia que elabora as leis de parcelamento e zoneamento do solo urbano, faz os códigos de obras e edificações “como regulador da propriedade imobiliária” fazendo uso do sistema fiscal para o cumprimento da legislação (1995, p. 188).

Em publicação desenvolvida por Arrais, Andrade e Marinho (2008) sobre Natal nas três primeiras décadas do século XX, é possível observar que as elites⁸ desejavam ardentemente mudar a cidade, alinhando-a a modernidade irradiada de Paris, Londres e dos Estados Unidos. Segundo os pesquisadores,

A cidade colonial tornou-se símbolo de atraso, insalubridade e falta de ordem, algo que contrariava os ideais de progresso em vigor. Uma nova cidade precisava ser construída a partir de uma racionalidade técnica que oferecesse salubridade, beleza e exibisse as inovações tecnológicas da época. As intervenções realizadas vieram, portanto, concretizar parte do ideal urbano das elites desejosas de uma cidade nova, com aparência moderna anunciada pelas linhas retas, fios e trilhos e adornada com edifícios em estilo eclético e neoclássico e pela arquitetura de ferro e seus ornamentos *art nouveau* (ARRAIS, ANDRADE E MARINHO, 2008, p. 82).

Ao considerar a valorização dessas mudanças pela elite local, Arrais (2006, p. 129) ressalta que: “Na visão dos entusiastas do progresso, a primeira década do século XX deslocará a cidade, lentamente, do plano da natureza para o da civilização”. Essa premente necessidade de mudança foi reforçada com a instituição do regime republicano que inspirou nas elites potiguares o desejo de reorganizar a cidade, no sentido de abolir o passado monárquico que

⁸ Elites formadas pelos latifundiários da cultura do algodão, profissionais liberais, funcionários públicos e comerciantes. A elite de maior prestígio da época foi representada pela oligarquia Albuquerque Maranhão.

representava atraso. Dessa forma, nos governos de José Augusto (1924 – 1927) e Juvenal Lamartine (1928 – 1930) tem-se um direcionamento sistemático nas intervenções urbanísticas, relacionadas aos serviços de higiene e à criação de instituições de saúde.

Sobre essas intervenções do início do século XX, Arrais, Andrade e Marinho (2008) destacam:

Os anos de 1900 a 1930 marcam o princípio de ações sistematizadas do Estado na produção do espaço urbano da cidade de Natal, sob a forma de criação de uma rede de distribuição de água, saneamento, energia elétrica, coleta de lixo, introdução do sistema de transporte urbano (o bonde, primeiro puxado por burros, depois elétrico, seguido pelos ônibus), o embelezamento de praças e avenidas e a criação de dois novos bairros. Esses melhoramentos direcionaram a expansão da cidade e foram acompanhados pela elaboração de normas e prescrições legais que visavam a modernizar sua estrutura física da capital potiguar (2008, p. 81).

Foi por esses tempos que o bairro da Ribeira foi ganhando notoriedade como importante centro comercial e financeiro da economia local. Até metade do século XX o bairro manteve relevante expressão na dinâmica citadina, sendo o porto e a estação ferroviária, elementos de destaque para a condição de núcleo central do bairro no contexto urbano de Natal.

As construções desse período deram à Natal uma característica de cidade moderna diante dos padrões coloniais que predominaram até o momento. Segundo Souza, “[...] A Natal moderna está associada a um processo acelerado de renovação de um ambiente que, ao se configurar como ‘uma cidade sempre nova’, ameaçava a existência da cidade antiga” (2013, p. 87). Na continuidade, a pesquisadora destaca que parte considerável das construções do período colonial desapareceram sob os auspícios do ideário “moderno”.

Sintomático dessas intervenções de caráter modernas e sob o julgo de um discurso higienista e de desenvolvimento, além das construções, foram realizados investimentos em melhoria dos serviços urbanos como abastecimento de água, saneamento, diversificação dos meios de transportes, instalação de luz elétrica, disposição do lixo e limpeza pública. Outras intervenções que marcaram o surgimento da cidade moderna foram:

[...] a construção do Porto; a abertura de estradas carroçáveis e de ferro diminuindo o isolamento da cidade com o interior; o surgimento projetado ou efetivo de novos bairros, respectivamente o bairro Cidade Nova, entre 1901 e 1904, e o Alecrim, oficializado em 1911; a abertura de novas praças como a 7 de Setembro em 1914; a chegada do bonde em 1908, que passou a ser elétrico em 1911; a construção do Teatro Carlos Gomes, atual Alberto Maranhão que substituiu um outro que desabou em 1894 (TEIXEIRA, 2006, p. 82 apud SOUZA, 2013).

Nesse contexto, as funções de comércio e de serviços públicos e privados em consórcio com a atividade de distribuição feita a partir do porto, porta de entrada de inúmeros produtos e de saída das mercadorias produzidas no estado (sisal, algodão, açúcar e minérios), a estação ferroviária (antiga *Great Western*) e o transporte fluvial para a cidade de Macaíba, além dos espaços de sociabilidade (cafés, clubes, cinema, teatro e jardins) deram ao bairro da Ribeira uma perspectiva de destaque no âmbito da cidade, conferindo-lhe uma centralidade.

Nos anos iniciais do século XX, o número de estabelecimentos comerciais e de moradia se acentuou dando ao bairro da Ribeira uma característica crescentemente urbana, baseada, sobretudo, no comércio e serviços públicos. Enfatizando essa centralidade, Onofre Júnior (1996) destaca: “No começo do século XX a Ribeira já se havia tornado o mais florescente bairro; chegara, mesmo, a suplantiar a Cidade Alta” (1996, p. 14).

A vitalidade da Ribeira se baseou, sobretudo, em atividades comerciais representadas por empresas exportadoras e importadoras, grandes lojas e serviços públicos e as ruas que mais abrigaram esses estabelecimentos foram: Rua do Comércio (atualmente Rua Chile), as Ruas Dr. Barata, Tavares de Lira e Frei Miguelinho e a Avenida Duque de Caxias, esta última ainda bastante representativa das atividades de comércio e serviços.

É importante ressaltar o destaque que a Avenida Tavares de Lira assume nesse momento. Segundo Santos (2010): “Na Avenida Tavares de Lira, ficava a Peixada Potengi e outros bares. Foi na Tavares de Lira onde se realizaram grandes carnavais, local preferido por poetas e escritores populares, como Zé Areia e outros” (2010, p. 13).

As duas décadas finais do século XIX e iniciais do século XX foram marcadas por uma vitalidade comercial e de serviços. Por esses tempos, a

Ribeira já apresentava uma ocupação considerável que demandava, assim, atividades comerciais, de serviços e de lazer. Dessa forma, além das residências, o bairro abrigava muitas casas comerciais, clubes de dança e um cinema chamado de Polytheama, considerado o melhor da cidade. Com a chegada das firmas de exportação de açúcar Omar Medeiros e Lira Oliveira tem-se um quadro de razoável mudança nos aspectos socioespaciais do bairro, fato que conduziu seu crescimento o que acabou por abarcar os limites vizinhos a leste, onde se localiza o bairro das Rocas, no qual passaram a residir pescadores e trabalhadores do porto (NASCIMENTO, 2015).

A Ribeira figurou, por esses tempos, como o bairro com população de maior poder aquisitivo, de comércio com maior variedade da cidade, onde se concentrava as grandes lojas e magazines, as casas comerciais de artigos de luxo, os bancos, as alfaiatarias, onde os homens de negócios encomendavam seus ternos, as perfumarias e lanchonetes, mas também as empresas que atendiam à demanda do porto como as de navegação e exportação. O bairro sediou, também, um mercado público popular, localizado na confluência entre as ruas Ferreira Chaves e Almino Afonso e os melhores hotéis da cidade, dentre eles: o Grande Hotel (1939) que foi uma importante referência para Natal; o Hotel Internacional; o Hotel dos Leões e; o Hotel Avenida. Segundo, Santos (2010) em uma publicação que trata dos relatos da fundação e expansão da cidade do Natal, o Grande Hotel era um empreendimento arrendado pelo Major Theodorico Bezerra, muito utilizado para reuniões de pessoas proeminentes, sobretudo, no meio político e que havia sido utilizado pelos militares no decorrer da Segunda Guerra Mundial.

Assim, de um espaço subjugado à decadência do período colonial, insalubre com inexpressiva ocupação, nas décadas iniciais do século XX a Ribeira, com destaque para a área próxima à Praça Augusto Severo, passou a abrigar elementos que no dizer de Arrais, Andrade e Marinho (2008) marcaram a *Belle Époque* da cidade, produzindo um espaço elegante, salubre e civilizado. A título de exemplo, na esquina com a Rua Junqueira Aires foi instalada, por Juvino Barreto⁹ uma fábrica de tecidos que detinha um aparato

⁹ Pernambucano que morou muito tempo em Macaíba e em Natal, exercendo atividades ligadas ao comércio. Teve papel importante na causa abolicionista.

de máquinas e tecnologias vindas da Inglaterra; na esquina com a Rua Sachet, o Hotel Continental; no lado ocidental, o cinema Polytheama; além de importantes casas comerciais como a Paris em Natal¹⁰ e a Lira Oliveira & Cia.

A Dr. Barata, uma das ruas de maior expressão comercial da época, sediou estabelecimentos comerciais tais como: a Alfaitaria Brasil (considerada como a mais requintada de Natal), a firma José Farache & Filhos (grande loja de calçados e chapéus), A Caixa Rural e Operária de Natal (empresa que trabalhava com empréstimos para a construção da casa própria), Casa LUX (loja de comercialização de material elétrico), a Casa Gondim, o Armazém Ganha Pouco, a agência do Loyd Brasileiro, a livraria Cosmopolita (ARRAIS, ANDRADE, MARINHO, 2008).

Embora a Ribeira tenha sido a grande referência urbana, nessa época já se formava, em paralelo um outro espaço (Cidade Alta¹¹) que mais tarde dominou a dinâmica comercial da cidade do Natal. Até esse momento, o espaço ocupado pela Cidade Alta manteve uma vitalidade denunciada pela função exclusivamente residencial. No século XIX, um lado da Avenida Rio Branco (conhecida na época como Rua Nova), hoje a principal via que corta o bairro, era constituída por residências. O outro lado predominava uma vegetação densa que aos poucos foi sendo retirada para a ocupação do espaço por novas habitações. Ainda no século XIX, além das residências, o bairro contava com construções, sendo as principais: as praças André de Albuquerque (Praça Vermelha) e Padre João Maria e as Igrejas Santo Antônio, Matriz e Do Rosário dos Negros.

Os pedidos de concessão para construção de casas foram crescendo e adensando a Avenida Rio Branco (Rua Nova) e a Rua João Pessoa. Esse adensamento fez surgir algumas formas comerciais indicadas pelos registros históricos como o Curral do Açougue, a Praça do Peixe (posteriormente Mercado Público Municipal) e as quitandas que se espalhavam ao longo da

¹⁰ A casa comercial Paris em Natal foi inaugurada por um antigo comerciante de Macaíba, o Coronel Aureliano Clementino de Medeiros, no ano de 1908 e tinha como público alvo, as elites locais, haja vista comercializar produtos requintados como tecidos, chapéus, calçados, perfumes etc (LYRA, 2009).

¹¹ Vale o destaque de que a cidade foi fundada no bairro de Cidade Alta, onde algumas residências foram construídas para, na sequência, a Ribeira ser ocupada e passar e ganhar visibilidade no contexto citadino.

rua. O Mercado Público foi inaugurado em 1892, durante o regime republicano e como inexistia técnicas de conservação dos alimentos, a população tinha a necessidade de efetuar compras quase diárias. O mercado tornou-se, nas palavras de Nesi (2010), um ponto de socialização, onde se divulgava os acontecimentos da cidade em primeira mão e se comentava assuntos diversos. Entretanto, o mercado pouco tempo durou. Segundo constatado nas palavras de Cascudo (1999),

Nove anos depois o mercado estava em ruína. Ninguém tinha o atrevimento de demorar por perto, temendo o desabamento. Os jornais falavam em perigo de morte e o governador Alberto Maranhão entrou em entendimento com a Intendência Municipal, presidida por Joaquim Manuel Teixeira de Moura, e mandou reformar ou reconstruir o prédio. Os jornais passaram a dar palpites sobre a situação ideal do futuro mercado, percorrendo todas as ruas e logradouros até que o trabalho terminou e houve a inauguração outra vez solene na manhã de 24 de novembro de 1901. O mercado media dezesseis metros por dezesseis e muita gente achou que era um despropósito de grande (1999, p. 159).

Mas não eram somente as atividades comerciais que se destacavam. Os espaços de lazer também tiveram um papel importante nessa conjuntura. Em 1906 foi inaugurado o clube recreativo mais importante de Natal, o Natal Clube onde aconteciam os bailes da cidade. Outros espaços do bairro foram marcados por práticas de diversão. Segundo Araújo (2003) em um estudo sobre os bairros de Cidade Alta e Ribeira, o autor faz referências específicas em relação ao bairro de Cidade Alta, destacando que:

A cidade possui alguns lugares de história boêmia, num passado que olhando hoje não se pode perceber nenhum indício, salvo quem busca na história escrita ou contada. A rua Padre Pinto era um logradouro que abrigava um movimento festivo importante nos idos do século XIX. Lugar de serenatas e encontros nas noites iluminadas do passado. Assim, como a atual rua General Osório, antiga rua do Sebo eram logradouros conhecidos por atraírem os jovens de então em seus encontros amorosos.

Essa vitalidade denunciada pelas atividades terciárias, no bairro de Cidade Alta, se deu, de forma mais intensa entre as décadas 1960 e 1980, atingindo seu apogeu. Conforme destaca Nascimento (2007),

[...] Este, juntamente com a Ribeira, formou o núcleo urbano da cidade para onde convergia praticamente todos os negócios bem

como a elite da cidade até o final da década de 1980, momento em que surgem outras áreas mais atrativas destinadas ao comércio varejista e ao setor de serviços (2007, p. 19).

Esse núcleo urbano, sustentado por Cidade Alta e Ribeira e posteriormente por Cidade Nova (hoje Tirol e Petrópolis), foi alvo de inúmeras modificações feitas a partir intervenções urbanísticas implementadas e que sustentou o apogeu desses espaços no final do século XIX e início do XX, como será discutido mais adiante. O bairro de Cidade Nova congregou no imaginário da população natalense todo o sentido de prosperidade que a cidade até então não tinha experimentado.

Do ponto de vista quase que exclusivamente residencial, Cidade Nova teve sua construção sustentada pelos princípios técnicos sanitaristas comumente propalados desde o século anterior na Europa, desenvolvidos com base na teoria dos miasmas¹². O nome por si só continha uma representação dessa perspectiva de prosperidade, pois fazia referência à negação da cidade velha, colonial, atrasada e insalubre e se projetava para um porvir de uma nova cidade, racional e moderna, espelho do que se via em Paris, por exemplo. Nas palavras de Arrais, Andrade e Marinho,

O projeto de construção de uma nova cidade atendeu ao anseio das elites locais de reformular a cidade existente. O bairro Cidade Nova encontra espaço no imaginário de uma elite que almejava construir uma cidade moderna, capaz de representar todo seu poder econômico, tendo como inspiração a cultura europeia e como modelo, Paris (2008, p. 115).

Obedecendo a um padrão geométrico retilíneo, o bairro de Cidade Nova tinha sete avenidas paralelas que receberam nomes de ex-presidentes do Brasil (Deodoro da Fonseca, Floriano Peixoto, Prudente de Moraes, Campos Sales, Rodrigues Alves, Afonso Pena e Hermes da Fonseca). Tais avenidas eram cortadas por dez ruas em sentido perpendicular que ganharam nomes de rios estaduais (Seridó, Potengi, Trairi, Mipibu, Mossoró, Açu, Jundiá, Apodi, Maxaranguape e Ceará-Mirim).

¹² Na Europa consolidou-se uma crença de que a maioria das doenças com destaque para aquelas que atingiam boa parte da população pobre, advinha das precárias condições do meio ambiente. Esse foi o contexto em que a questão sanitária ganhou atenção de gestores públicos em diversas cidades do Brasil.

A ocupação de espaços circunvizinhos aos bairros de Cidade Alta e Ribeira resultou na mais expressiva expansão urbana verificada até então. Espaços que hoje correspondem ao Alecrim, Passo da Pátria e Rocas foram ocupados por pessoas de baixo poder aquisitivo, desprovidas de recursos financeiros para atender aos padrões requeridos para as construções habitacionais nos bairros citados, fato que denotou uma lógica de ocupação espacial indicativo de um quadro de segregação acentuado com o tempo (ARRAIS; ANDRADE; MARINHO, 2008).

Todo esse contexto de expansão urbana exigiu um maior adensamento de serviços para atender à demanda que se avolumava, dado o crescimento que a cidade passou a experimentar nesse período. Um exemplo de serviço foi a implantação dos bondes elétricos que encurtou distâncias, aproximando Cidade Alta, Ribeira e Cidade Nova de outros espaços da cidade como o Alecrim. Assim, as melhorias do sistema de transporte público vieram à medida que a cidade se expandiu e desempenharam relevante função na estruturação de Natal.

O Alecrim que foi o quarto bairro de Natal, teve seu primeiro nome (Refoles) em referência ao corsário francês Jacques Riffault que, se utilizando do Rio Potengi, ancorou por diversas vezes em local que passou a ser denominado de Nau do Refoles no período em que piratas e mercadores franceses extraíam pau-brasil e outros produtos das terras potiguares. No século XIX o local recebeu o nome de Alto de Santa Cruz. Na primeira década do século XX passou a se chamar de Cais do Sertão em função da forte presença dos imigrantes sertanejos e só em 1911 passou a se chamar Alecrim quando foi oficializado como bairro, muito embora tenha sido regulamentado somente em 1947, pela Lei nº 251 de 30 de setembro, pelo então prefeito Sylvio Pedroza.

O início do povoamento do bairro deu-se de forma lenta e gradual ainda no final do século XIX com a presença de construções espaçadas, em meio a fruteiras e roseiras, constituídas por poucas residências e sem obedecer a um ordenamento urbano. O aspecto rural do espaço era confirmado, assim, pela presença de chácaras e sítios com plantações de roçados de milho que se associavam às pequenas pensões com a função de dar assistência aos viajantes em trânsito para o núcleo urbano de Natal, sendo, portanto, um local

de passagem. Assim, a área foi se adensando sendo a maioria de seus moradores composta por produtores rurais, viajantes e operários, pequenos comerciantes, trabalhadores e sitiante.

Assim fala Cascudo (1999), sobre o Alecrim,

com acesso para o sertão por Macaíba, ficou sendo o bairro sertanejo, tendo sítios que pareciam fazendas, vacarias, feiras, simplicidade de vida, roupa e atividades. Surgiram pequeninos hotéis para os comboios que carregavam e descarregavam. Os primeiros caminhões, o algodão, fixavam seus motoristas e patrões acanhados nos alojamentos do Alecrim (1999, p. 357).

Associados aos primeiros meios de hospedagens, o Alecrim, começou a abrir estabelecimentos comerciais que serviam refeições completando a assistência direcionada aos viajantes, muitos dos quais vindos não só do interior do Rio Grande do Norte, mas estados vizinhos como Paraíba e Pernambuco.

Em 1856 foi inaugurado o cemitério público no espaço do Alecrim. Nesse período, a área não compunha a cidade, se localizando distante desta, fato que pode ser notado pela aquisição de um carro fúnebre, necessidade justificada pela grande distância entre o cemitério e a cidade. Ainda no início do século XX (1914), o governador Ferreira Chaves se refere na grande distância entre Alecrim e Natal (CASCUDO, 1999).

O Alecrim colocado à margem do que se pretendia para uma cidade moderna, teve o espaço ocupado de forma espontânea e arbitrária aos padrões urbanísticos pensados para Natal no início do final do século XIX e início do século XX. As primeiras intervenções públicas que se fizeram sentir nesse espaço corroboraram com a marginal posição dessa área no contexto de Natal, haja vista que além do cemitério, concluído em 1856, foi iniciada, em 1882, a obra do leprosário Lazareto da Piedade, dando indícios do estigma de abrigar funções que a cidade queria distantes dos seus limites urbanos.

Somente a partir do início do século XX, que o bairro passou a experimentar um crescimento demográfico de maior repercussão. Dentre outros motivos, esse crescimento deveu-se à instalação, em 1896, de uma fábrica de sabão chamada de Moura & Cia que empregou operários que construíram suas residências nas proximidades da mesma. No ano de 1908, o governo fez a

cessão de 206.235.000 m² para o Ministério da Marinha construir a Escola Regional de Refoles, posteriormente denominada de Escola de Aprendizes Marinheiros. Em 23 de outubro de 1911, o então presidente da Intendência Municipal de Natal, Joaquim Manoel Teixeira de Moura, criou oficialmente o bairro do Alecrim, que foi desmembrado do bairro de Cidade Alta (CASCUDO, 1999).

Em um estudo geo-histórico sobre o Alecrim, Bezerra (2005) ressalta:

A partir de sua criação, o bairro do Alecrim passaria a acobertar grande parte dos refugiados e as pessoas que procuravam melhores condições de vida na cidade, sendo berço de diversos encaminhamentos socioeconômicos e culturais fundamentais para a produção do seu espaço (2005, p. 85).

Esse pensamento valorativo, é constatado, ainda, em artigo publicado no jornal A República, no ano de 1911, quando da institucionalização do Alecrim, que destaca-o como o bairro do futuro, uma vez que se dava início à sua comunicação via ramal elétrico, conforme citação a seguir:

Disto, acabamos por se convencer ontem, quantos estiveram presentes à inauguração do ramal elétrico que fica magnificamente a servir. [...] os senhores verão como aquilo vai prosperar ainda mais, aumentando extraordinariamente o número de habitações nas vizinhanças do Cemitério Venerável (apud ARRAIS; ANDRADE; MARINHO, 2008, p. 108).

No momento de sua criação, o Alecrim era ocupado por moradores que não tinham recursos financeiros para estabelecer residência na área central da cidade. Muitos dos imigrantes, vinham do interior do Rio Grande do Norte e de estados vizinhos, de municípios caracteristicamente rurais que sofriam com estiagens recorrentes, se estabeleceram no Alecrim.

A chegada dessas pessoas coincidiu com o início de obras de abertura do novo bairro (Cidade Nova) nos anos iniciais do século XX e possibilitou a formação de mão de obra disponível para sua construção, justificando, também, a solicitação de recursos federais tendo em vista que essas pessoas eram tidas como problema de saúde pública em um contexto que se valorizava o embelezamento e a higienização do espaço urbano. Conforme expressam Ferreira e Dantas (2006), essa massa de retirantes foi entendida como o

principal “[...] estorvo às condições de salubridade do espaço urbano, mas também como embaraço à própria imagem de modernidade de uma elite que, instruída, letrada, ‘iluminada’, pretendia criar a cidade moderna nos trópicos”.

Essa população de imigrantes adensou o bairro do Alecrim de forma que, segundo relato de Cascudo (1999),

O bairro do Alecrim, com todos os elementos sociais que caracterizam uma cidade, já se espalha e derrama sua população em quilômetros e quilômetros, num avanço dominador e tentacular. Liga-se, a leste e sul, com o Tirol, numa continuidade residencial, e sacode-se para o sul, enchendo os tabuleiros de casinhas e de sítios, margeando as rodovias e trilhos da Estrada de Ferro Central do Rio Grande do Norte. Toda a cidade verdadeira ainda não conta cem anos certos de vida (1999, p. 355).

Assim, o início do século XX, muito especialmente após a criação do bairro, vê-se um adensamento do mesmo que foi ganhando equipamentos urbanos e ratificando sua característica comercial. Em 1916 foi inaugurada a Ponte sobre o estuário do Potengi/Jundiaí (Ponte Presidente Costa e Silva), que permitiu a passagem de trens da Estrada de Ferro Central, facilitando a ligação entre Natal e o interior do Rio Grande do Norte. Essa ponte teve importante contribuição para o crescente tráfego verificado no bairro do Alecrim, fato que proporcionou uma nova dinâmica ao espaço, dado o fluxo de comerciantes que passavam pelo Alecrim em direção ao centro da cidade.

Três anos depois (1919), o bairro tem concluída a construção de sua primeira igreja (Igreja São Pedro). Em 1920 tem início a feira do Alecrim, forma comercial de característica tradicional que, certamente, deu início, efetivamente, à função comercial do bairro. Ainda hoje, a mesma acontece aos sábados no percurso da Avenida Presidente Quaresma e áreas circunvizinhas, nas proximidades com as Avenidas Coronel Estevam e Interventor Mário Câmara. Outro marco importante do ponto de vista comercial foi a criação do Mercado Público do Alecrim, em 1938, que tinha um total de 102 boxes destinados à comercialização de peixes e carnes.

O crescimento do Alecrim nas primeiras décadas do século XX demandou a interligação do bairro aos demais primeiramente ocupados. Assim, alguns serviços como as linhas do bonde, foram estendidos até o bairro. Por esse momento, muitos trabalhadores necessitavam se deslocar para outras

áreas da cidade que crescia extravasando, em termos populacionais, os limites dos seus três primeiros bairros. Assim, o bonde que iniciava sua viagem na Ribeira, seguia em direção à Cidade Nova, estendendo-se ao Alecrim, nas proximidades do leprosário.

A exemplo da Rua Amaro Barreto, algumas ruas do Alecrim foram criadas mesmo antes do bairro ser oficializado. Contudo, a primeira rua que ligava a Cidade Alta ao Alecrim, até as proximidades do cemitério, só foi calçada (Rua Coronel José Bernardo) no ano de 1925, na gestão do prefeito Omar O'grady, o que demonstra um processo de estruturação urbana bastante rudimentar, de modo que, somente dez anos depois, em 1935, o então prefeito, Gentil Ferreira de Sousa deu continuidade ao calçamento das ruas Fonseca e Silva e Amaro Barreto.

Além dessas intervenções que deu fluidez e estruturou os espaços mais densamente ocupados de Natal, o Alecrim foi alvo de obras como a construção do Grupo Escolar João Tibúcio em 1939 e das praças Pedro II e Gentil Ferreira e, em seguida, da Praça Almirante Tamandaré em 1952.

Nas décadas seguintes, observa-se uma ocupação de caráter comercial na área sob influência da Praça Gentil Ferreira, onde foi construído o edifício de dois andares que ficou conhecido como Leite. Segundo Nascimento, em sua dissertação sobre os *shopping centers* e a reprodução urbana da zona sul de Natal, o Edifício Leite foi o “maior símbolo da pujança comercial da época” (2003, p. 95), tendo em vista que foi o primeiro e mais imponente a sediar a atividade comercial no bairro do Alecrim.

Não obstante a implementação de ações que visavam atender à demanda crescente do bairro, estas não se configuraram como suficientes, dada o ritmo acelerado de crescimento populacional, sobretudo, de pessoas advindas do interior do estado, fugidas de grandes secas. Dessa forma, o bairro era o espaço mais impactado da cidade em razão da insuficiência de infraestrutura básica para a população (BEZERRA, 2005).

Em um misto de espontaneidade e planejamento, as áreas estudadas foram se expandindo, sendo o comércio e os serviços, os principais vetores dessa expansão. Foi a resultante desse misto que gerou a necessidade de um planejamento urbanístico que respondesse melhor às necessidades da sociedade moderna. Assim, é que o século XX foi marcado por algumas

intervenções urbanísticas que foram propostas em planos que objetivavam atender à demanda de expansão urbana da cidade, além de estruturar melhor as áreas já ocupadas, destacadamente, os bairros da Ribeira e da Cidade Alta. Tais intervenções urbanísticas podem ser entendidas como instrumentos importantes na construção do espaço concebido.

3.1.1 Os planos urbanísticos e a produção de uma centralidade comercial nas áreas tradicionais de comércio

A realidade apresentada na subseção anterior não deixa dúvidas em relação às mudanças que se efetivaram nas últimas décadas do século XIX e primeiras décadas do século XX nas áreas em estudo. Assim sendo, a cidade passou a vivenciar uma efetiva dinâmica, proporcionada, especialmente, pelas intervenções urbanísticas em nome de uma modernidade bastante em voga na construção dos espaços citadinos. Segundo Lima (2006), do ponto de vista local esse processo de modernização foi requerido, especialmente, em função do crescimento da cultura algodoeira que demandou uma melhoria da infraestrutura direcionada para produção, transporte, armazenamento, comercialização e exportação do algodão. De uma ordem distante vinha o modelo de cidade racional, planejada, próspera e moderna que foi almejado e perseguido pelas elites citadinas de cidades menores, sendo Natal um exemplo.

As elites locais desse início de século se entusiasmaram pelos ideais de modernidade que ganharam força na Europa do século XIX. Conforme descrevem Arrais, Andrade e Marinho (2008), esses indivíduos possuíam bibliotecas particulares, recebiam publicações periódicas do Brasil e do exterior e viajavam para adquirirem formação profissional, o que lhes facultou importantes papéis em funções políticas e de negócios. Do contato com o modelo de modernidade surgido na Europa e refletido nas maiores cidades brasileiras como o Rio de Janeiro, essas elites viam Natal como uma cidade provinciana e exigente de reformas substanciais, de forma a torná-la semelhante ao modelo racional e planejado de cidade vislumbrado alhures. Conforme destacam os autores,

Na história de Natal, o recorte de tempo situado entre o início do século XX e 1930 foi perpassado pelas influências que se originam de um período anterior que teve na Europa do norte o seu centro dinâmico: um período que corresponde aos anos de 1870 e 1914 e que se convencionou chamar de Belle Époque. Esse período assinala muitos acontecimentos e processos que, partindo do ocidente, irradiaram para o mundo, alcançando povos e nações de todas as latitudes. Em Natal ele ecoaria mais tarde, perdurando quando já estava perdendo vigor na Europa. Isso equivale a afirmar que Europa e Natal (e o Brasil, evidentemente) experimentavam tempos diferenciados. Podemos afirmar que houve um descompasso entre a Belle Époque francesa e a natalense: para os europeus, o clima de otimismo se dissipou com o estourar da I Guerra Mundial, ao passo que a cidade de Natal viveria sua Belle Époque até pelo menos 1930 (ARRAIS; ANDRADE; MARINHO, 2008, p. 29).

Assim, o direcionamento de intenções para a efetivação de um projeto de modernidade foi ratificado por intermédio de três planos urbanísticos delineados no decorrer da primeira metade do século XX e que configuram um contexto inicial de planejamento urbano que toma como referência os limites da cidade. Esses foram os instrumentos: o Plano Polidrelli (1901), o Plano Palumbo (1929) e o Plano de Expansão de Natal (1935).

a) O Plano Polidrelli (1901)

O primeiro plano de caráter urbanístico proposto para Natal teve como ponto central a criação de um novo bairro (Cidade Nova). Iniciado em 1901, na primeira gestão de Alberto Maranhão, o Plano Polidrelli, idealizado pelo agrimensor italiano Antonio Polidrelli, foi concluído em 1904. Sua proposta foi perpassada pela ideia da projeção de um bairro que abarcasse a demanda de crescimento da cidade em espaço compreendido entre os bairros de ocupação inicial (Cidade Alta e Ribeira) e as dunas localizadas no limite com o mar.

Esse novo bairro deveria ser composto por amplas avenidas e ruas em sentido reticular, que acomodassem um sistema viário pomposo para uma Natal que se pretendia próspera do ponto de vista urbano. Ademais, a proposta orientava a construção de habitações com exigências de recuos que permitissem a insolação e ventilação como resultado dos ideais sanitaristas difundidas nessa época. O projeto atendeu aos anseios das elites locais para onde acorreram, valorando ainda mais o espaço e oficializando a auto-segregação urbana que a partir de então se processava. O bairro Cidade Nova, foi desmembrado, dando lugar, na atualidade a outros dois: Petrópolis e Tirol.

b) O Plano Palumbo (1929)

As duas intervenções urbanísticas imediatamente posteriores foram realizadas tendo como ponto de referência, o Plano Polidrelli. O Plano Geral de Sistematização de Natal (1929), conhecido como Plano Palumbo foi proposto pelo arquiteto Giacomo Palumbo, responsável pela proposição de várias reformas urbanas em cidades brasileiras, como João Pessoa, Recife, Rio de Janeiro e Juiz de Fora. Ele foi contratado pela gestão pública local sob liderança do prefeito Omar O'Grady que teve sua administração fortemente influenciada pelos conhecimentos do urbanismo americano adquiridos por ocasião de sua formação em engenharia quando estivera em Chicago.

O Plano Palumbo tinha como objetivo maior, projetar um espaço que atendesse à expansão urbana com uma demanda de cem mil habitantes (número alcançado somente na década de 1950) e que atentasse para as problemáticas de abastecimento de água e de saneamento. Sobre o encaminhamento dessas intervenções, o documento da SEMURB que versa sobre o ordenamento urbano de Natal, tomando como referência os planos urbanísticos da cidade, afirma que:

Natal chegava ao fim da década de 1920 com uma perspectiva de melhorias na organização do seu espaço urbano. Pulsava, na cidade, o desejo de trilhar o mesmo desenvolvimento das metrópoles. Nesta época vozes ecoavam, exigindo mudanças nos logradouros públicos e no modo de viver dos natalenses. Intervenções urbanas que implicassem, além das modificações no traçado da cidade, uma política de saúde pública preventiva (NATAL, 2007, p. 26).

Conforme ressaltam Ferreira e Dantas (2006), em texto que trata da modernização urbana de Natal na década de 1920, esse plano simbolizou um ponto alto na ascensão do grupo político vinculado à economia algodoeira ao poder do estado que teve como representantes os nomes seridoenses José Augusto (governador entre 1924 e 1927) e Juvenal Lamartine (governador entre 1928 e 1930).

Com foco no crescimento e ordenamento da cidade, o Plano Palumbo previu intervenções como a reforma do porto, construção de ancoradouro e outro cais para a recepção de navios maiores, o projeto de um aeroporto, a organização de um horto, a mudança da nomenclatura das ruas, o aumento de

vias de acesso entre Cidade Alta e Ribeira, a abertura de ruas e avenidas no bairro do Alecrim, o aproveitamento de monumentos históricos e belezas naturais e a transformação de lagoas em piscinas públicas.

Além dessas intervenções, o plano propôs um zoneamento que delimitou bairros com as seguintes especializações: comercial, residencial, jardim e operário. A Ribeira entrou na proposta como bairro comercial por excelência, reforçando uma característica desse espaço. As ações deveriam perpassar pela abertura de um número maior de avenidas arborizadas e de largura ideal a potencializar o movimento comercial da área. O bairro residencial (Cidade Nova) deveria incorporar o estádio de futebol Juvenal Lamartine, o prado de corrida e o Aero Club, além de espaços destinados a recreios e praças públicas. O bairro jardim corresponderia ao espaço onde hoje se localizam os bairros de Santos Reis, Brasília Teimosa e parte da praia do Meio e deveria ser projetado à luz do modelo inglês com amplas avenidas e número fixo de lojas e armazéns. O bairro operário teria a prerrogativa de se localizar em local afastado do centro da cidade, nas proximidades da entrada da cidade e deveria ser ocupado, como o próprio nome sugere, aos operários que receberiam lotes de terra e planta feita pela Intendência¹³ para a construção de casas, conforme o tamanho da família (FERREIRA; DANTAS, 2006). É importante ressaltar que esse zoneamento não foi contemplado em sua totalidade.

c) O Plano de Expansão de Natal (1935)

O Plano de Expansão de Natal emerge em um momento de importantes conflitos políticos no Brasil. Sob a liderança dos movimentos sociais, tem-se a fundação do Partido Comunista Brasileiro que se opunha aos ideais conservadores de alguns grupos da sociedade brasileira. O Rio Grande do Norte encontrava-se sob a gestão do interventor Mário Leopoldo da Câmara, aliado do então presidente Getúlio Vargas. Sua indicação ao cargo teve como objetivo maior, apaziguar os conflitos que ora ganhavam força na capital do estado e que tinham como expoentes, José Augusto e Café Filho. Os principais personagens desse clima de tensão política representavam velhos grupos

¹³ Seção administrativa que posteriormente passou a se chamar Prefeitura.

políticos, mas também militantes comunistas que planejaram e fizeram acontecer a revolta comunista em 1935.

Nesse momento de tensão, um novo plano urbanístico foi confiado ao escritório Saturnino de Brito e contemplou projetos de melhorias urbanas direcionados, por exemplo, à construção de edifícios para o governo, aeroporto, bairro residencial; ao abastecimento de água a partir de ações em captação, reserva e distribuição de água, além de um projeto de esgotos sanitários. Essas ações foram indicativas de uma preocupação maior com a qualidade de vida dos moradores da cidade, atendendo de forma mais consistente ao que se espera de um planejamento urbano (NATAL, 2007).

O plano abarcou toda a cidade numa articulação entre formas novas e antigas através de vias sinuosas atinentes à sua topografia que ligavam o parque urbano proposto por Palumbo às praças, edifícios do governo, estação ferroviária, aeroporto e bairro jardim (LIMA, 2001).

Esses planos proporcionaram, por intermédio de suas intervenções, uma racionalidade ao espaço de Natal ajudando a dar forma e concretude ao que passou a se constituir o centro histórico da cidade, delimitado por Souza (2013) como: Cidade Alta, Ribeira, Rocas, Santos Reis, Tirol, Petrópolis e Alecrim. Essa área, com ênfase para os três bairros de interesse desta pesquisa, se transformou na principal centralidade comercial da cidade até a década de 1980 quando se observa uma descentralização dessa função no âmbito da cidade, conforme já apontado no capítulo anterior.

Observa-se que as décadas iniciais do século XX foram de extrema relevância para composição do que se entende por centro histórico de Natal, muito especialmente a área que abrange os bairros de Ribeira, Cidade Alta, Tirol, Petrópolis e Alecrim. Com a presença militar norte-americana na cidade é que os processos urbanos se firmaram e passaram a ganhar sentido em outros espaços de Natal, favorecendo, a consolidação das áreas tradicionais de comércio e, no futuro, o surgimento de outras centralidades comerciais.

3.2 A NATAL DA SEGUNDA GUERRA E SUA AFIRMAÇÃO URBANA

As transformações socioespaciais mais significativas que Natal experimentou até o final da primeira década do século XX estiveram

relacionadas à instalação da base militar norte-americana denominada de *Parnamirim Field*. Contudo, já em 1941 com a instalação da Base Naval no bairro do Alecrim, a cidade passou por um aumento populacional decorrente do contingente de militares das forças armadas brasileiras, conforme destaca Lopes Junior (1997):

[...] a presença militar teve em Natal um sentido paradoxalmente libertador dos costumes e racionalizador da vida social da cidade. Se a presença física de inúmeras unidades militares pode aparecer, para muitas pessoas, como uma ameaça silenciosa, o contingente de militares numa cidade que até o início da década de 40 não tinha mais de 50.000 habitantes, tem impactos econômicos e sócio culturais consideráveis (1997, p. 31-32).

Sob o argumento de ponto estratégico de defesa da costa Atlântica, Natal foi escolhida para sediar, no decorrer da Segunda Guerra Mundial, uma base militar norte-americana. Em 1942, a cidade contava com o Batalhão de Caçadores, o 2º Batalhão de Carros de Combate Leve, a Companhia de Transmissão, a 7ª Companhia de Engenharia GEMAC e o Batalhão de Engenharia de Combate. Contudo, foi a base *Parnamirim Field* a construção de maior repercussão socioespacial em Natal até então e a que mobilizou a maior quantidade de recursos dos Estados Unidos fora de seu território.

Os escritos de Cascudo (1999) atestam esse significado:

Os americanos construíram do outro lado da Base Aérea Brasileira, perto da lagoa, Parnamirim Fiel, o campo que mais ajudou a ganhar a guerra. Não há discurso a mais e sabotagem a menos capazes de fixar o papel exato de Parnamirim. [...]. Foi a maior mobilização técnica obtida pelos Estados Unidos fora do seu território. Mesmo relativamente ao potencial americano, Parnamirim era imenso e digno de orgulho. [...]. Todos os serviços modernos, todos os recursos da técnica, possíveis ao gênio e ao dinheiro, estavam abundantemente acumulados em Parnamirim (1999, p. 422).

Entre as décadas de 1940 e 1950 a cidade experimentou um vertiginoso crescimento populacional, o maior de toda a sua história. De 54.836 habitantes em 1940, Natal passou para 103.215, em 1950, o que correspondeu a um crescimento de 88,22%. O bairro que concentrou maior número de habitantes foi o Alecrim, fato que denotou um relevante crescimento para a cidade. Em 1950 a população do bairro contabilizava 52.226 – mais da metade da população de toda a cidade que era de 103.215.

As novas obras requeridas pela instalação de uma base norte-americana em Natal demandaram uma expressiva mão-de-obra na construção civil, mas, também, nos serviços ligados ao setor imobiliário, além do comércio. Segundo Lopes Júnior, o Parnamirim Field,

[...] durante os dois anos em que funcionou contratou centenas de brasileiros para o trabalho em edificações e serviços de limpeza. O impulso no comércio e no setor imobiliário abriu inúmeros outros postos de trabalho que, embora fossem insuficientes para absorver o contingente de novos trabalhadores que chegavam à cidade, impulsionaram uma dinâmica nova ao mercado de trabalho local (1997, p. 37).

Segundo o pesquisador, esse cenário fez surgir, inclusive, reclamações da elite empresária local que perdeu seus empregados, muitos dos quais submetidos às relações semi-escravistas de trabalho para as atividades ofertadas pelos americanos (LOPES JÚNIOR, 1997).

Do ponto de vista espacial, o traçado das novas ligações entre a base norte-americana e os diversos pontos da cidade do Natal, sobretudo, a área central, redesenharam sua malha viária, moldando o direcionamento de sua expansão urbana e a Avenida Senador Salgado Filho/Hermes da Fonseca se consubstanciou em importante exemplo dessa natureza, sinalizando para o crescimento da cidade em direção ao sul.

Essas novas intervenções demandaram, também, o surgimento de ônibus conhecidos como jardineiras e marinetes. Segundo Bezerra (2005),

Com a influência de Natal no segundo conflito mundial, acarretando o crescimento acelerado da população da cidade, algumas empresas de ônibus surgiram para suprir a deficiência proporcionada pelo serviço de transporte de bonde na cidade, pois os mesmos não estavam dando mais conta das novas comunidades que surgiram e, principalmente, do número de pessoas que precisavam se deslocar em Natal. Foi então que, em 1946, por meio de uma Portaria da prefeitura da cidade, que o tráfego de ônibus foi regulamentado em Natal (2005, p. 106).

A efervescência da época foi tão intensa que ampliou o tecido urbano da cidade e com ele o número de comércio e serviços, dado o contexto propício que teve como base uma demanda adicional de mais 10.000 habitantes com a chegada dos militares.

Mesmo com uma proposta de abastecimento dessas necessidades que foi viabilizada através de importações sistemáticas, essas não conseguiram atender à demanda, abrindo espaço para a ampliação da atividade comercial e de serviços na cidade. Os bairros que vivenciaram o período áureo desse evento, do ponto de vista comercial, foram os três para os quais este estudo devota atenção (Alecrim, Cidade Alta e Ribeira). Entende-se, nessa perspectiva, que foi nesse período que se deu a consolidação desses bairros, tomando como referência, dentre outras funções, a de caráter comercial, alvo de interesse do presente estudo. Muitos estabelecimentos comerciais foram abertos e outros tantos consolidados.

Além dos americanos, o crescimento populacional foi complementado pelo número de pessoas do interior do estado e de estados vizinhos que acorriam para Natal em busca de trabalho, bem como de comerciantes que buscaram estabelecer algum tipo de comércio ou serviços, como forma de aproveitar a dinâmica vivenciada pela cidade.

Se antes da guerra a função comercial da cidade se restringia ao bairro da Ribeira, ratificada, inclusive, em zoneamento proposto pelo Plano Palumbo, com o aumento da demanda proporcionado pela chegada dos militares nacionais e estrangeiros, outros bairros ganharam notoriedade comercial. Dentre eles, merecem destaque a Cidade Alta e o Alecrim.

Um ícone de importante destaque foi o Grande Hotel que hospedou muitos soldados americanos. Muitos bares, restaurantes e comércio ganharam uma vitalidade até então pouco vista no bairro. Nos dizeres de Oliveira (2000), a Ribeira virou *point* de atividades noturnas sediando muitas festas e as maiores eram realizadas em um clube, localizado próximo à Praça Augusto Severo e que recebeu o nome de *United States Organization*.

O crescimento no número de estabelecimentos comerciais ganhou destaque nas ruas Chile, Dr. Barata e Avenida Tavares de Lira, pois, todas elas eram detentoras de uma variedade de casas comerciais destinadas a diversos ramos do comércio varejista e de serviços de Natal, numa época em que a cidade teve seu terciário, praticamente, todo concentrado na Ribeira.

A Rua Chile, por exemplo, (figura 12), a de maior atividade comercial, sediava a Junta Comercial do estado, um jornal (Folha do Povo), fábricas de bebidas e de borrachas para exportação e destacava-se na fabricação de

sabão e comercialização de algodão. Sobre esse último produto, a dinâmica era tão intensa que no preparo do embarque para o exterior, os armazéns, não comportando a mercadoria, colocava-a na calçada (PINTO, 1971 apud NASCIMENTO, 2015, p. 33).

Figura 12 - Rua do Comércio (atual rua Chile).

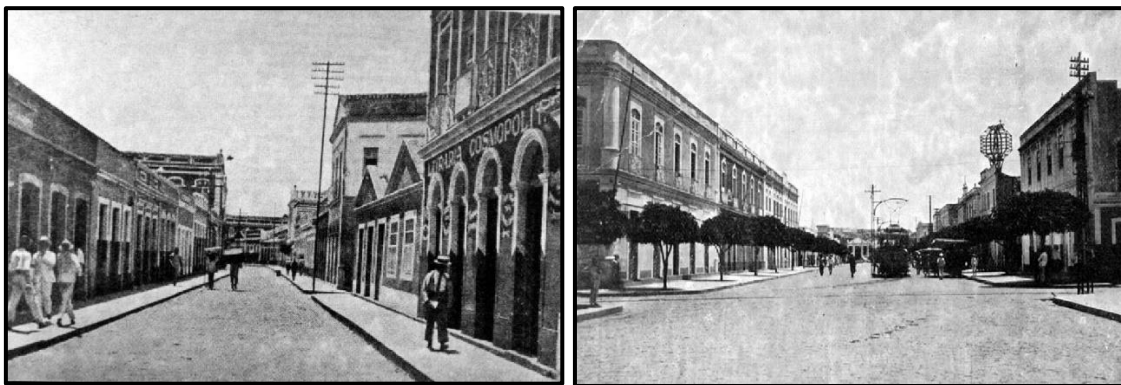


Fonte: SEMURB, [s.d.].

A Rua Dr. Barata (figura 13) também exerceu forte poder de atração em razão da concentração comercial e de serviços, todavia, sua peculiaridade residia no fato de abrigar um comércio mais refinado, representado pelas casas de moda e relojoarias, fato que movimentou um fluxo de pessoas com um poder aquisitivo mais elevado. Além desse tipo de comércio, a rua concentrava, livrarias, fábricas de cigarros, tabacarias, lojas de calçados, de confecções, chapéus, lojas destinadas à venda de atacado de produtos farmacêuticos, farmácias, fábricas de fiação de lã, lojas de ferragens, distribuidoras de tratores automotivos, sapateiros, casas lotéricas, artigos para esportes, estúdios de fotografia e serviço bancário (Banco do Estado do Rio Grande do Norte) (NASCIMENTO, 2015).

A Avenida Tavares de Lira (figura 14) se caracterizava pela concentração de bares, restaurantes e cafés que atraíam um grande público nos finais de tarde e nos finais de semana. A avenida abrigou também a sede do Diário de Natal, a Agência do Correio e uma firma com representação e distribuição das máquinas de costura Mundlos. Além desse tipo de comércio, sediava comércio varejista e serviços como alfaiatarias, butiques, perfumarias, farmácias, lojas de tecidos, barbearias, sorveterias e armarinhos. Nessa rua aconteciam, também, importantes eventos, como festas, desfiles de blocos carnavalescos e reuniões da classe política que discutia assuntos de ordem local, mas também nacional e internacional. Próximo ao porto era possível encontrar um grande frigorífico que atendia a demanda local do comércio de peixes e carnes.

Figuras 13 e 14 – Rua Dr. Barata e Rua Tavares de Lira – Sec. XX.



Fonte: SEMURB, [19--].

No que tange ao bairro de Cidade Alta, este, até a Segunda Guerra era predominantemente residencial, durante e, destacadamente após o conflito, ele se dinamizou do ponto de vista comercial. Isso aconteceu devido ao início da conjuntura de “declínio” do comércio na Ribeira, quando muitos estabelecimentos comerciais se transferiram para a Cidade Alta.

Os registros históricos indicam que logo após a saída dos soldados norte-americanos, a Ribeira foi gradativamente perdendo relevo de sua função comercial e de serviços, abrindo espaço para a Cidade Alta que passou a se destacar na função comercial, em virtude do surgimento de alguns estabelecimentos comerciais e de serviços, mas também, em razão da transferência de outros, antes estabelecidos no bairro da Ribeira. Conforme

destaca Nascimento (2015, p. 36), “foi para lá [Cidade Alta] que se encaminharam as filiais de bancos, casas de comércio de roupas e eletrodomésticos e muitos outros serviços que se concentravam na Ribeira”.

Ainda sobre a decadência da Ribeira nas décadas de 1950-1960, Nascimento (2015) destaca:

[...] com o passar do tempo, a Ribeira perdeu muito de sua alegria, movimento e importância comercial e de serviços. Assim, até o fim da Segunda Guerra Mundial, este bairro ainda ostentava a predominância de sua vida comercial e de serviços, sendo o de maior importância da cidade, palco dos grandes acontecimentos que se realizavam em Natal. Todavia, deste período em diante, este entrou em um processo de “decadência”, pois, quase tudo de importante no que se refere ao seu comércio varejista e aos serviços, gradativamente, foram sendo transferidos para o centro da cidade (Cidade Alta), até então, um bairro residencial (2015, p. 35-36).

Como o comércio ganhou expressão, muitas famílias que antes residiam na Cidade Alta, se mudaram para os bairros de Tirol e Petrópolis. Souza (2008), em seu livro sobre a história de Natal, destaca que essas famílias moravam, principalmente, na Avenida Rio Branco e ruas adjacentes. Essas ruas foram completamente apropriadas por estabelecimentos de comércios e serviços nas últimas seis décadas. Esse espaço deu lugar ao estabelecimento de clubes, bares, cafés, cinemas, consultórios médicos, escritórios imobiliários e de advocacia, associações, sindicatos, sedes de partidos políticos, exposições artísticas e religiosas etc.

Conforme destaca Nascimento (2003),

[...] neste período, mesmo com o comércio do centro em ascensão, ainda se observava na avenida Rio Branco, ruas João Pessoa e Princesa Izabel, muitas residências, fato que desapareceu praticamente a partir das décadas de 70 e 80, período este que foi marcado o apogeu do comércio do centro da cidade. Neste período, praticamente todas as suas ruas se destinaram ao comércio e serviços. As poucas residências que existiam, logo se transformaram em lojas comerciais. Assim, aquelas ruas pioneiras no comércio do centro, somavam-se a muitas outras ruas que, gradativamente, se transformavam em ruas comerciais, diversificando cada vez mais esse comércio. Eram lojas de tecidos, butiques, gráficas, lanchonetes, lojas de móveis e eletrodomésticos, armazéns, hotéis, sapatarias, óticas, relojarias, hotéis entre outros que firmavam esse comércio como o mais importante da cidade (2003, p. 88).

Um recorte espacial de notoriedade comercial na Cidade Alta foi o Grande Ponto. Segundo Souza (2008), se tratava de um café, localizado na esquina da Avenida Rio Branco com a Rua João Pessoa que recebia um grande número de pessoas influentes no meio político e econômico da cidade (figuras 15 e 16). Após seu fechamento, a referência geográfica ao Grande Ponto se estendeu para ruas próximas, reconhecidas como centro comercial, social e de lazer que delimitou uma importante área de fluxos e interação.

Figuras 15 e 16 – Rua João Pessoa (Cidade Alta) – Início e metade do século XX.



Fonte: SEMURB, [19--]

Assim, o bairro de Cidade Alta, do período imediatamente posterior à Segunda Guerra até meados da década de 1980, se configurou como uma importante centralidade de fluxos de pessoas, bens e serviços, sendo assistido pelas principais linhas de transportes públicos da cidade. As principais vias de caráter preponderantemente comercial eram e ainda são: avenidas Rio Branco (figura 17) e Deodoro da Fonseca e as ruas João Pessoa, Princesa Isabel e Ulisses Caldas.

Figura 17 – Avenida Rio Branco (Cidade Alta) – segunda metade do século XX.



Fonte: SEMURB, [19--].

Em resumo, o apogeu da Cidade Alta como bairro comercial se deu a partir da década de 1960 – praticamente todas as ruas e avenidas se tornaram comerciais. Bancos e grandes lojas passaram a compor a paisagem comercial que foi se consolidando nas décadas de 1970 e 1980. Os primeiros sinais de declínio dessa vitalidade comercial no bairro, apareceram na década de 1980. Dentre as possíveis razões, destaca-se as problemáticas com estacionamentos suficientes para atender à demanda, a falta de segurança, ausência de uma intervenção mais consistente do ponto de vista urbanístico, a mudança de comerciantes para outras localidades da cidade por motivo de rentabilidade e acompanhando a instalação de formas comerciais modernas a exemplo dos *shopping centers* e dos hipermercados. Conforme destaca Silva (2011) em seu estudo sobre a construção e estruturação do território comercial no bairro do Alecrim,

[...] aos poucos, o seu cenário de área central de atividade comercial para a população de alto poder aquisitivo foi sendo modificado. Nos dias atuais grandes magazines ainda compõem o bairro Cidade Alta, mas boa parte das lojas que fazem parte do seu contexto são as que possuem caráter popular (2011, p. 76-77).

Muitas grandes lojas que consolidaram a Cidade Alta como bairro comercial entre as décadas de 1970 e 1980 encerraram suas atividades. São exemplos: Formosa Síria, Utilar, Casas Comerciais Duas Américas, Casa Régio, Nações Unidas, A Sertaneja, Mobilar, Big-Lar, Lojas Xalita, Natalux, Camisaria União, Casas Pernambucanas etc.

O crescimento da cidade verificado na década de 1940, abriu espaço, nas décadas seguintes (1950 e 1960) para a estruturação urbana em direção à zona sul da cidade. Assim, tem-se um adensamento dos bairros ao longo das avenidas Hermes da Fonseca e Alexandrino de Alencar como: Lagoa Nova, Tirol, Lagoa Seca e Alecrim.

Esse período viu nascer, em paralelo com a Cidade Alta, as bases para o que viria a ser o bairro mais dinâmico do ponto de vista comercial. O Alecrim expandiu e adensou sua área comercial nesse momento que correspondeu à chegada dos militares americanos e brasileiros. No ano de 1941 o bairro passa a sediar, na Rua Silvio Pélico, a Base Naval que em consonância com a Vila Naval e a construção da Policlínica, respaldou o aumento do fluxo de pessoas por essa área, exigindo, também, a ampliação da atividade comercial.

Segundo ressalta Bezerra (2005),

Em particular, o bairro do Alecrim foi a área de Natal que mais recebeu estes embates sócioespaciais advindo da influência militar. A instalação da Base Naval de Natal, no Alecrim, proporcionou, de início, por exemplo, a construção da Vila Naval, composta por 189 casas destinadas aos militares da Marinha, aumentando consideravelmente o fluxo de pessoas naquelas áreas até então desocupadas (2005, p. 97).

Como resultado dessa nova dinâmica no bairro, foram construídos vários empreendimentos comerciais e de lazer. Alguns importantes clubes sociais foram edificadas no bairro: o Clube dos Oficiais, na Base Naval; o Atlântico e o Camana (Casa de Marinheiro Natal) na Avenida Alexandrino de Alencar. Conforme destaca Cascudo (1999):

Com suas praças iluminadas, alto-falantes, cinemas, festas, elegâncias, confeitarias, cafés, bilhares, namoros, idílios, brigas, delegacia de polícia, farmácias, médicos, comércio ativo e farto, Alecrim recebe ou fixa quase a totalidade da população que emigra dos sertões ou vem a negócios na capital. A Base de Natal ampliou outras possibilidades, vila operária, hospitais, assistência. São antigos os grupos escolares, escoteiros, escola profissional, um sem-

fim de aulas particulares, úteis e inúteis, de profissões incalculáveis (1999, p. 357).

Nessa conjuntura de mudanças, foi criada em 1951, pelo prefeito Olavo Galvão, a Rua Mário Negócio que se tornou importante pela sua vitalidade comercial. Interligada a um trecho da Rua Amaro Barreto que passa pela Praça Gentil Ferreira, foi um dos principais acessos à ponte de Igapó (BEZERRA, 2005).

Na década de 1960 tem-se o registro da instalação de grandes firmas comerciais e as primeiras agências bancárias nesse bairro. São exemplos das empresas comerciais: as Casas Cardoso Tecidos e a Girafa Tecidos em 1964 e, a Livraria Moderna e a Casa das Promoções em 1967, todas elas na Rua Amaro Barreto.

Com essa projeção urbana, o bairro do Alecrim ganhou notoriedade e entre as décadas de 1960 e 1980 algumas de suas ruas foram pavimentadas e outras foram asfaltadas. Após o incêndio do mercado, localizado no bairro de Cidade Alta, em 1967 e a demolição do antigo mercado do Alecrim em 1972, um novo mercado (Mercado da 6) foi construído na década de 1970, na esquina da Avenida Presidente Sarmento com a Rua dos Canindés.

Do ponto de vista populacional, o bairro manteve um crescimento ascendente até a década de 1970 (tabela 9). A partir da década seguinte (1980) passou a perder volume de população, que dentre outros motivos, certamente, o comércio foi um dos mais representativos. Nessa perspectiva, associado ao aumento no número de estabelecimentos comerciais, entre as décadas 1970 e 1990, a cidade teve a expansão de sua malha urbana amparada por uma política habitacional que se materializou na construção de muitos conjuntos habitacionais nas zonas sul e norte da cidade atraindo muitos moradores para essas áreas, conforme discutido no capítulo anterior. Além do exposto, o bairro passou por alguns desmembramentos que fez perder número de habitantes para a constituição de novos bairros.

Tabela 9 – Natal – Quantitativo populacional do bairro do Alecrim (1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010).

Ano	População
1950	52.226
1960	52.302
1970	55.570
1980	50.933
1990	36.469
2000	32.356
2010	28.075

Fonte: Bezerra (2005). Organizado pela autora.

Assim, na década de 1970 o bairro do Alecrim consolidou-se como mais populoso da cidade; já apresentando vocação indiscutível para o comércio, com destaque para o comércio de artigos populares. Nesse momento o comércio varejista do bairro iniciou a formatação de uma de suas características mais contundente até os dias atuais: a diversidade de segmentos comerciais que passou a abranger desde o vestuário e acessórios a produtos agropecuários, de modo que se tornou comum a expressão “no Alecrim você encontra de tudo”. Desse período, os principais espaços comerciais foram aqueles sob influência das avenidas Coronel Estevam, Presidente Bandeira (figura 18) e Amaro Barreto (figuras 19 e 20) e as ruas Manoel Miranda e Dr. Mário Negócio.

Figura 18 – Avenida Presidente Bandeira (Alecrim).



Fonte: SEMURB, 2017.

Figuras 19 e 20 – Rua Amaro Barreto (Alecrim) – início e metade do século XX.



Fonte: SEMURB, 2017.

Com o tempo o bairro foi apresentando outra característica ratificada pela especialização comercial de algumas ruas e avenidas, tais como: Amaro Barreto (ópticas, vestuário e acessórios); Presidente José Bento (materiais e serviços eletrônicos, autopeças e serviços para carros); Presidente Luiz Dutra (ópticas e embalagens) e; Canindés (lojas de joias em ouro).

De um ponto de vista comercial, Azevedo e Queiroz (2013) destacam que até a década de 1980, a dinâmica citadina manteve-se atrelada às feiras

livre e aos mercados públicos a exemplo das Rocas, Carrasco, Alecrim, Quintas, Cidade da Esperança e Lagoa Seca. A partir dessa década, as mudanças ocorridas no comércio da cidade foram substanciais e estiveram relacionadas à chegada de vetores comerciais modernos da globalização.

Nesses termos, ao recorrer ao passado, as áreas tradicionais de comércio guardam como característica basilar o fato de delimitarem, em consórcio com outros bairros, o centro histórico da cidade do Natal. Isso implica uma riqueza de detalhes a essas áreas direcionadas, haja vista a multiplicidade de funções urbanas que por muito tempo se detiveram nesses espaços e que foram representativas para toda a cidade, exercendo, dessa forma, um poder de atração que formatou uma única e exclusiva centralidade no âmbito da cidade.

Essa centralidade exclusiva perdurou até o final do século XX quando essas atividades foram se adensando em outras áreas da cidade, acompanhando a urbanização, conforme visto no capítulo anterior. Todavia, esses espaços permanecem exercendo centralidade em escala urbana local, por ainda concentrar um número significativo de atividades comerciais, de serviços, administrativas e de lazer que se associam a uma referência identitária relevante para a cidade, haja vista a presença de elementos históricos, representativos de memórias coletivas se constituindo em espaço de importante valor simbólico. Dessa maneira, diferente das demais centralidades hoje identificadas em Natal, o centro histórico se faz único/singular dada sua característica histórica e patrimonial a lhe conferir uma identidade diferenciada, fato que o torna alvo de inúmeras propostas de intervenção no sentido da requalificação como será discutido adiante.

A partir da década de 1970 tem-se, de forma mais efetiva, o surgimento de novas centralidades urbanas em Natal, fato que contribuiu para o deslocamento de atividades econômicas bem como grupos sociais para outras áreas da cidade, indicando, assim, um intenso processo de descentralização. Em sua tese de doutorado que trata da gestão dos centros históricos tomando Natal como objeto de estudo, Souza (2013) ressalta que

[...] o deslocamento de atividades políticas, econômicas e culturais para outras áreas da cidade, ou seja, a produção de novas centralidades, representou uma nova organização interna, a qual está

diretamente relacionada com a fase de expansão do capitalismo que, por sua vez, demanda novas expressões de centralidades (2013, p. 20).

Desse modo, a descentralização constatada nos processos espaciais identificados na cidade do Natal, também se fizeram sentir em outros centros urbanos brasileiros, uns mais cedo e outros mais tarde que em Natal. O fato é que obedeceram à necessidade de expansão do capital que por sua vez encontrou no espaço, uma mercadora primorosa, incorporando e valorizando novas áreas citadinas.

Essa dinâmica comercial começa a se apropriar de novos espaços citadinos, acompanhando, como já discutido, a expansão urbana de Natal que tem como marca inicial, a construção dos conjuntos habitacionais iniciada na década de 1960 nas zonas sul e oeste. Esses conjuntos criaram uma demanda de consumo que se distanciou das áreas tradicionais de comércio, evidenciando, portanto, processos de descentralização dessa função no contexto da cidade.

Em consonância com o surgimento de novas centralidades, é possível verificar uma crescente preocupação por parte do poder público, bem como da sociedade, em torno de práticas direcionadas à revalorização dos centros históricos frente à perda de poder verificado com o processo de descentralização.

À medida que outras áreas da cidade despontavam como novas centralidades, o centro histórico teve sua dinâmica arrefecida, conforme processos identificados em outros centros históricos brasileiros, instaurados, dentre outros fatores, pelo deslocamento populacional, de bens e serviços para outros espaços, restando ao centro um imaginário social de negatividade sustentado, em grande medida, pela presença de atividades de caráter popular, sendo a atividade comercial o expoente máximo desse cenário. Esse imaginário ganha concretude com o surgimento de problemáticas urbanas como inexistência de estacionamentos suficientes para atender à demanda de consumidores, insegurança e a ausência de um urbanismo comercial capaz de organizar a vitalidade comercial dessas áreas, muito especialmente do bairro do Alecrim.

O que vale frisar em toda essa narrativa é que embora se verifique um cenário de possível decadência do centro histórico, pautado, sobretudo, pela popularização de suas práticas, essa área mantém uma vitalidade expressa, principalmente, pela sua dinâmica comercial. Deixa de atender a uma demanda de alto poder aquisitivo, mas continua se especializando em produtos e serviços de baixo custo para onde ocorrem fluxos diários de consumidores.

No Brasil, a partir da década de 1970 a preocupação com um quadro de possível decadência dos centros históricos, deu margem à emergência de campanhas de revalorização. Assim, já nas últimas décadas do século XX tem-se início à institucionalização de marcos regulatórios para intervenções em centros históricos, de modo a incentivar o seu uso residencial e também por atividades turísticas, culturais e artísticas a partir da valorização do patrimônio histórico, artístico, cultural, arquitetônico e urbanístico.

Para Souza (2013), os bairros que compõem o centro histórico de Natal, até o início do século XX, eram os espaços mais densamente povoados desse local, onde se inter-relacionavam diferentes grupos sociais. Assim como os demais centros históricos, o de Natal cumpriu bem o seu papel de congregar atividades econômicas, políticas, religiosas, culturais e de lazer nessa área primeiramente urbanizada.

Segundo a autora, os bairros sob influência dos centros históricos, via de regra, concentravam um comércio bastante variado composto, dentre outras formas comerciais, por grandes lojas, casas comerciais e empresas responsáveis pela dinâmica da economia local e de regiões próximas. Some-se a essas atividades, os hotéis, órgãos, repartições públicas e atividades de lazer realizadas em estabelecimentos tais como: cinemas, bares, cafés e clubes desportivos e sociais (SOUZA, 2013).

O período posterior à Segunda Guerra Mundial e que se estendeu até a década de 1970 foi marcado, assim, como o espaço de tempo em que se consolidam as áreas tradicionais de comércio de Natal. Mas, lança também, as bases para uma sinalização de processos de descentralização espacial dessa função comercial, bem como de modernização como será discutido na subseção que segue.

3.3 A EXPANSÃO URBANA E A DINÂMICA COMERCIAL: DOS IDOS DA DÉCADA DE 1980 AO INÍCIO DO SÉCULO XXI

Conforme já apontado no capítulo anterior, o impulso populacional e, por conseguinte, a urbanização de Natal se deu na década de 1940 com a instalação militar norte-americana no espaço que hoje corresponde ao município de Parnamirim e da base naval, no bairro do Alecrim, por ocasião da Segunda Guerra Mundial.

Esse impulso populacional se estendeu nas décadas posteriores, especialmente a partir da década de 1970, resultado de uma política urbano-industrial, projetada pelo Estado brasileiro e que foi responsável por várias intervenções na produção do espaço urbano local. Até essa década, a produção do espaço urbano havia resultado de uma economia intrarregional, sustentada por uma estrutura econômica agroexportadora que tinha como elementos chave, o tripé açúcar-gado-algodão (CLEMENTINO, 1995).

Uma dessas intervenções diz respeito à política de industrialização. Esta, que foi conduzida pela SUDENE e resultou na criação de parques industriais em Parnamirim e em Natal incentivada por subsídios fiscais. Contemporâneo dessa política, tem-se, também implementadas pelo governo nacional, o Programa de Aglomerações Urbanas Metropolitanas e o Programa de Cidades Médias e a partir da década de 1980, as políticas direcionadas à promoção da atividade turística.

Paralelo a essas políticas, outra política de caráter urbano e que ratificou a expansão da cidade, foi a habitacional, responsável por aumento considerável no número de habitações conformadas em conjuntos habitacionais que do ponto de vista físico-territorial fez expandir a malha urbana da cidade em direção às zonas sul e norte. Conforme destacam Gomes, Silva e Silva (2002, p. 292-293), “advindo desse crescimento, o setor terciário – que existia até então sem grande expressividade -, passa por uma redefinição, não somente do ponto de vista da sua diversidade e qualidade, mas também do ponto de vista da sua espacialidade”.

Para Costa (2000) em sua tese que trata da verticalização de Natal, essas mudanças foram determinantes para ampliar a lógica da espacialidade das atividades terciárias. Segundo o pesquisador: “a ampliação dos serviços

em Natal se deu associada ao processo de instalação dos grandes conglomerados industriais, o que contribuiu para atrair pessoas para a cidade e, com efeito, a expansão de seu espaço urbano (COSTA, 2000, p. 124).

A somatória desses dois tipos de intervenções (industrial e habitacional) propiciou um adensamento populacional em outras áreas da cidade que, por conseguinte, demandou um arsenal de produtos e serviços básicos, fazendo surgir, em um primeiro momento, um número de crescente de estabelecimentos comerciais e de serviços ao longo das “vias expressas de circulação” denominação dada por Gomes, Silva e Silva (2002) para classificar os eixos viários que articulam a cidade do Natal às cidades da RMN como: Parnamirim, Macaíba, São Gonçalo do Amarante e Extremoz. Para os pesquisadores, essas vias constituem espaço atrativo para as empresas comerciais e de serviços se consubstanciando numa combinação de reestruturação viária e relocação do terciário. Segundo os estudiosos,

Essa nova espacialidade, ou relocação, não ocorre de maneira espontânea ou mesmo por acaso. Sabiamente, os investimentos privados são instalados nessas vias, visto que no entorno de cada uma delas existe um grande contingente populacional que se torna consumidor das atividades terciárias, garantindo, assim, a reprodução do capital. Além disso, é importante ressaltar que essas vias são facilitadoras do intenso fluxo de população que se desloca pelos diversos trajetos da cidade (GOMES; SILVA; SILVA, 2002, p. 294).

Esse processo sinalizou, do ponto de vista comercial, para uma descentralização espacial dessa atividade, antes concentrada nos bairros de Alecrim, Cidade Alta e Ribeira. Ademais, chegou ao contexto da cidade do Natal, como expressão de uma modernização materializada em novas formas comerciais, a exemplo dos supermercados, hipermercados e, mais tarde (década de 1990), *shopping centers*.

Associadas a tais mudanças do ponto de vista da produção do espaço urbano, na década de 1980, Natal passou a receber importantes intervenções no espaço construído, que resultaram de políticas como o Projeto Parque das Dunas/Via Costeira e o PRODETUR essas intervenções foram responsáveis pela capitalização de parcelas do espaço da cidade, em nome de uma atividade terciária que cresceu e se tornou central do ponto de vista econômico.

A partir desse momento a produção do espaço urbano de Natal passou a atender, de forma mais acentuada, uma lógica que se fazia sentir mundialmente e estava atrelada a um quadro de intensa urbanização que passou a valorar o espaço, mais que em qualquer outro período. Ao tomar como referência Lefebvre, Carlos (2011) faz a seguinte reflexão:

Para Lefebvre, a segunda metade do século XX, particularmente os anos 70, aponta uma mudança no sentido da história em que não se reconhece mais os traços da historicidade, pois as histórias particulares realizam-se agora no seio do mundial que se anuncia. [...] O interesse se deslocaria assim, das coisas no espaço para a produção do espaço, um espaço da mundialidade (2011, p. 30).

Essas mudanças são facilmente identificadas no âmbito da produção do espaço urbano de Natal, tomando como elemento de destaque o comércio. Essa atividade econômica, muito particularmente a partir da década de 1980, passa a sofrer os reflexos dessa mundialidade que se materializam pela instalação de formas comerciais modernas, tanto do ponto de vista de seu formato como da gestão e da operação de suas funções, a exemplo dos hipermercados, *shopping centers* e lojas franquizadas. Vive-se a partir desse momento a inserção de capital externo no espaço que até então era apropriado por atividades sustentadas, majoritariamente, pelo capital local e regional.

Esses fatos suscitam uma mudança de comportamento da população que passa paulatinamente a ter suas práticas sociais norteadas pelo consumo, pelo mercado o que, aos poucos, vai se traduzindo no espaço, por intermédio de sua valorização, tendo o Estado como importante agente desse processo. A atuação desse agente, iniciada, de forma mais enfática com a política de industrialização e habitacional se completa com a política de promoção da atividade turística que afirma o modo de vida urbano no espaço natalense.

Do ponto de vista comercial tem-se a modernização das atividades comerciais nas quatro últimas décadas e suas repercussões espaciais vão além da mera distribuição e diversificação comercial. Elas sinalizam a habilidade que têm para valorizar o espaço, tornando-o mercadoria, especialmente, aquelas orientadas em função da atividade turística e isso se consolida como um novo momento da acumulação capitalista. Por outro lado, de forma combinada e numa perspectiva dialética esse espaço se apresenta

por intermédio de amenidades que garantem valor a essa mercadoria. Em um texto intitulado “A tragédia urbana”, Carlos (2015) faz a seguinte reflexão:

O novo momento da acumulação se centra no processo de reprodução do espaço, que é um elemento-chave da problemática do mundo moderno, tanto do ponto de vista de realização do processo de acumulação e da ação do Estado em direção à criação dos fundamentos de sua reprodução, quanto da produção da vida. Assim, a produção do espaço é, ao mesmo tempo, um momento constitutivo da vida humana (as relações sociais se realizam como relações espaço-temporais); da efetivação do processo de valorização, portanto condição de realização do capital (na sua dimensão tanto de força produtiva quanto de mercadoria) e da concretização do Estado como produtor de um território de dominação (o que torna o espaço estratégico) (2015, p. 44-45).

Tem-se, portanto, uma produção do espaço muito mais complexa que se associa ao momento da reprodução da vida, aos processos de valorização como condição do capital e a consolidação do papel do Estado como produtor da condição estratégica do espaço. Nesses termos, para além de um valor de uso, o espaço torna-se mercadoria, adquirindo um valor de troca cada vez mais relevante em sua reprodução.

Esse valor de troca se sobrepõe não somente tendo o turismo como atividade emblemática, mas, também, outras práticas eventuais ou não. Um exemplo, é a capitalização do espaço para práticas de lazer e para dar guarida aos eventos esportivos mundiais e socioculturais como espetáculos, feiras de negócios, dentre outros, o que tem proporcionado, nas palavras de Harvey (2005), o empresariamento do espaço, fruto dessa valorização crescente.

É segundo essa realidade que em Natal, a partir da década de 1970, ocorrem mudanças significativas no processo produtivo, em conformidade com as novas exigências da produção capitalista, os primeiros supermercados foram criados na cidade. Forma comercial de concepção americana do final do século XIX, o supermercado surgiu, trazendo uma técnica de venda que revolucionou o comércio varejista: o autosserviço. Ao aproximar o produto do consumidor o supermercado se apresentou a partir de uma nova concepção de organização interna e apresentação dos produtos. Concentrada majoritariamente nos EUA, teve sua difusão para outros países no período posterior à Segunda Guerra Mundial. No Brasil esse tipo de estabelecimento

começou a ser implantado na década de 1950 com a inauguração do primeiro supermercado em 1953, na cidade de São Paulo (PINTAUDI, 1981).

Em Natal, a primeira unidade do supermercado Mini Preço foi aberta em novembro de 1969 e, na sequência, veio o Nordestão, em janeiro de 1972 (QUEIROZ; SOUZA; GOUVINHAS, 2008). A partir de então, outros estabelecimentos supermercadistas de capital local foram inaugurados, como: Superbox, Mini Box e Superete Queiroz, Jardimense, São José e, mais tarde, a rede Sirva-se Supermercados. De todos esses, o Nordestão foi único que conseguiu se manter no mercado, inclusive, ampliando sua atuação para todas as zonas administrativas da cidade nas décadas posteriores.

A década de 1980 viu adentrar o capital externo nos ramos do comércio varejista local, com a chegada dos hipermercados e *shopping centers* na cidade do Natal. Os hipermercados tiveram origem na década de 1960, na França e chegaram ao Brasil na década seguinte (1970), tendo sua primeira unidade (Hiper Bompreço) instalada em Natal, em 1982, na Avenida Prudente de Moraes. Suas unidades posteriores (todas elas localizadas em vias expressas de circulação) foram inauguradas nas décadas seguintes.

A instalação desse primeiro hipermercado se configurou como um divisor de águas para a descentralização espacial da atividade comercial de Natal, tendo em vista que foi o primeiro formato comercial a se instalar fora da área tradicional de comércio. Foi a partir de então que outras formas comerciais modernas passaram a ocupar outros espaços da cidade, especialmente, ao longo das vias expressas de circulação.

Diferentes dos supermercados, os hipermercados pressupõem uma superfície maior, concentrando uma grande variedade de produtos desde gênero alimentício, passando por livraria, eletrodomésticos, vestuário, decoração, autopeças e outros. Representativos dessa forma comercial é o Carrefour, inaugurado em 1997, na Avenida Salgado Filho e em 2006 na Avenida Dr. João Medeiros Filho. O grupo Pão de Açúcar volta a Natal em 2005, com a instalação do hipermercado Extra, no shopping Midway Mall, em 2007 na Avenida Engenheiro Roberto Freire e em 2012 na Avenida Maria Lacerda Montenegro.

Os *shopping centers* chegaram ao Brasil na década de 1960, tendo sua primeira unidade em solo natalense, em 1984 com a instalação do Shopping

Cidade Jardim, no bairro de Capim Macio, marcando uma tendência à modernização do comércio varejista natalense, descentralização e diversificação das formas comerciais no contexto da cidade e à mudança de hábitos de consumo da população.

Na década de 1990 essas formas comerciais se expandiram no âmbito da cidade, se fazendo presente em seus principais eixos viários. Em 1992 foi inaugurado o Natal Shopping e em 1995 o Via Direta, ambos localizados na Avenida Senador Salgado Filho e interligados por uma passarela. Em 1997 foi a vez da inauguração do Praia Shopping, na Engenheiro Roberto Freire, denotando a existência de uma demanda muito relacionada à atividade turística no bairro de Ponta Negra que já vinha se processando desde os investimentos públicos e privados realizados a partir do final da década de 1970.

Nos anos 2000, a cidade recebeu o *Midway Mall* (2005) (figura 21), shopping localizado no cruzamento entre as duas maiores avenidas da cidade, em termos de fluxo: a Senador Salgado Filho e Bernardo Vieira. Como o próprio nome sugere, o *shopping* localiza-se no “meio do caminho”, pois se encontra instalado no entroncamento de acesso a todas as zonas administrativas de Natal. Esse é o maior *shopping* em termos de superfície, o único com estacionamento gratuito e que tem uma diversidade de estabelecimentos que atendem a uma demanda variada de público. Certamente foi o empreendimento comercial de maior envergadura para a dinâmica comercial da cidade, proporcionando impacto tanto para as áreas tradicionais de comércio, como para os novos empreendimentos comerciais da cidade.

Figura 21 – *Shopping Midway Mall*.



Fonte: KELLY, 2017.

No ano de 2007, o bairro Potengi, na Zona Norte da cidade passou a abrigar o Partage Norte Shopping, localizado em mais uma via expressa de circulação da cidade: a Dr. João Medeiros Filho.

Com a expansão da cidade, possibilitada dentre outros fatores pela construção de conjuntos habitacionais, os bairros passaram a abrigar, também, pontos de concentração comercial, suscitando uma dinâmica interna sustentada, preponderantemente por um comércio varejista de pequeno porte, geralmente de gestão familiar e direcionado para atender ao público residente local. Carlos (2015) chama a atenção para essa dinâmica local, ao ressaltar que o acesso à casa própria, desperta o estabelecimento do mercado de consumo de primeira necessidade. Com destaque para os bairros periféricos, esse comércio é formado por produtos de assistência básica como alimentação, vestuário e variedades.

As redes associativistas marcam, também, presença nesses espaços, assim como nos outros espaços mais dinâmicos da cidade e sua representatividade maior está nos ramos farmacêutico e supermercadista, atendendo a uma demanda por produtos de primeira necessidade (quadro 3).

Quadro 3 – Natal – Quantidade de redes e lojas por segmento.

Segmento	Quantidade de redes com sede em Natal	Quantidade de lojas em Natal
Supermercado	6	41
Farmácias	2	52
Material de Construção	1	2
Informática	1	1

Fonte: SEBRAE (2014) apud Pessoa (2015).

Essas redes são originadas de uma estratégia de união de pequenos comerciantes, como forma de se manter e se fortalecer no mercado, frente a concorrência de grandes superfícies comerciais de capital nacional e/ou internacional que nos anos 2000 se adensaram ainda mais.

Esta década (2000) testemunhou, além de outros formatos comerciais já citados, a instalação de outras grandes superfícies comerciais que

comercializam tanto no varejo como no atacado (atacarejos). São exemplos: o Makro, Atacadão, Sam's Club, Assaí, Super Fácil e o Maxx Atacado, estes dois últimos localizados no município limítrofe de Parnamirim. Todos esses estabelecimentos atacadistas se instalaram nas duas últimas décadas e encontram-se concentrados ao longo da BR 101 em um trecho que corresponde a uma distância de 12 km. Em um trecho de 1,2 km é possível acessar quatro estabelecimentos atacadistas: Makro, Atacadão, Sam's Club e Assaí (figura 22).

Figura 22 – Localização dos estabelecimentos atacadistas ao longo da BR 101



Fonte: Google Earth, 2016.

Como é possível perceber, essa descentralização, modernização e diversidade das atividades comerciais no espaço, ganhou destaque na década

de 1990 em diante quando da construção de novos *shopping centers*, galerias comerciais e de serviços, redes de supermercados, hipermercados e atacadistas, lojas de departamento, concessionárias de veículos, lojas de eletrodomésticos e de decoração, dentre outras.

Esse comércio, amparado fortemente no varejo moderno, se ampliou e se diversificou, abrindo espaço, também, para empresas de pequeno e médio porte formais, bem como para a informalidade. Consorciada a uma ampliação da política habitacional e industrial, o tecido urbano se adensou a partir de elementos inovadores que encontraram no terciário sua maior expressão, muito especialmente no comércio, representado por 45,64% das atividades da cidade, no ano 2010 (SEBRAE, 2010) com um total de 25.222 estabelecimentos (IBGE, 2016).

Os diferentes momentos de produção do espaço urbano de Natal nortearam o entendimento da dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio na atualidade, bem como dos demais espaços da cidade, indicando, portanto, uma descentralização da atividade comercial a partir da década de 1980. Em paralelo, tem-se outros processos que se realizam no âmbito da produção do espaço na contemporaneidade e que explicam, associado aos diversos momentos históricos, perspectivas contraditórias e complementares da dinâmica comercial presente e anunciadoras de um porvir que será discutido no capítulo seguinte.

4 DA GÊNESE À REALIDADE: A DINÂMICA COMERCIAL DAS ÁREAS TRADICIONAIS DE COMÉRCIO DA CIDADE DO NATAL/RN

O capítulo ora apresentado retoma os aspectos descritivos da problemática estudada, bem como se ampara na compreensão dos diversos momentos históricos que compõem a dinâmica comercial das áreas tradicionais de comércio na cidade do Natal, para ampliar o entendimento dos processos e formas subjacentes à realidade estudada.

Esse momento do método, denominado de histórico-genético busca identificar e discutir as diversas relações sociais que justificam o traçado descritivo lido no segundo e dissecado no terceiro capítulo da tese. Essas relações que compõem a natureza da dinâmica comercial das áreas de estudo são consideradas em conjunto com a expansão urbana da cidade do Natal que denota o aparecimento de outras formas comerciais, que por sua vez conformam outras condições de centralidade com importante repercussão em âmbito local, bem como no urbanorregional, o que refaz a lógica inicial de apropriação da área tradicional de comércio.

Conforme destaca Lefebvre (1973), a intenção desse momento é entender a origem das formações e estruturas em conjunto, reencontrando o presente elucidado e compreendido. Trata-se, portanto, de um marco geral de concepção dos processos que consideram a interação entre estruturas recentes e antigas, umas vezes subordinadas, outras vezes integradas. Essa leitura ajuda na compreensão de que é impossível lançar mão de apenas um olhar temporal sobre a realidade existente. Ela resulta de uma construção histórica formada por diversos eventos que deixaram marcas no espaço e que hoje se combinam, conformando a problemática em tela.

Diante de tantos desafios, os espaços em apreço não guardam as mesmas características que outrora tiveram um valor comercial de relevo, nem as formas comerciais são as mesmas, o que revela que as relações sociais mudaram ao longo do tempo. A própria dinâmica urbana da cidade, associada às mudanças ocorridas na sociedade capitalista explica a emergência de novas práticas sociais de consumo que se reproduziram nessas áreas tradicionais,

mas que se efetivaram de forma mais representativa em outras áreas citadinas, fazendo emergir novas centralidades.

É esse movimento de mudança que possibilita uma aproximação maior com os meandros explicativos dos cenários atuais e com prospecção para o futuro. Nesse sentido, apresenta-se uma compartimentação em três subseções. A primeira, atém-se aos aspectos contraditórios e complementares que estão no cerne da dinâmica comercial na produção do espaço urbano. Esse é o espaço destinado à discussão sobre o papel do comércio no contexto citadino e a conformação dessa função na construção de um centro e das diversas centralidades de natureza comercial que hoje coexistem na cidade do Natal.

Na sequência, apresenta-se uma subseção que trata, de forma mais específica, do comércio na cidade do Natal, apontando as características e tendências dessa atividade na produção do espaço urbano, com especial destaque para os três bairros tutelados como objeto de investigação no âmbito desta pesquisa. Essa parte do texto ampara-se em entrevistas estruturadas realizadas com comerciantes dos três bairros em estudo.

Por fim, a subseção se ampara em práticas de urbanismos comercial que ganharam destaque em Portugal e que se configuram em importantes intervenções no sentido de minorar as problemáticas advindas da desvalorização do comércio de áreas centrais e históricas, frente à expansão, modernização e diversificação do comércio no âmbito de outros espaços, tendo uma função propositiva na análise da realidade estudada. Busca, assim, ampliar a discussão do que caracteriza o urbanismo comercial, o papel desse conjunto de proposições e ações no restabelecimento, manutenção e proteção da atividade comercial na realidade de algumas cidades portuguesas, bem como pode compor uma possibilidade de abordagem no contexto estudado.

4.1 O CENTRO E AS DIVERSAS CENTRALIDADES DE NATUREZA COMERCIAL: CONTRADIÇÕES E COMPLEMENTARIEDADES

O comércio, em consórcio com os serviços tem um papel de relevo na formação e no crescimento das cidades que são, cada vez mais, associadas à sua função terciária. Além de lugar de troca de mercadoria, o comércio

incentiva a interação, a sociabilidade, a permuta de informação, transcendendo, assim, a mera função econômica. Contribui para a definição de estruturas urbanas e integração dos subespaços citadinos. Justifica, inclusive, a composição e o direcionamento de fluxos de bens, pessoas e informações, valorizando diferentemente os lugares.

Essa relação intrínseca acompanha a expansão urbana da cidade capitalista, sendo muitas vezes, o elemento decisivo desse movimento, dessa dinâmica e influenciando, por conseguinte, a estrutura da paisagem urbana que, hodiernamente, tem apresentado a emergência de novos espaços de centralidade urbana, justificados, dentre outros elementos, pela atividade comercial, dada a sua característica polarizadora.

Esse quadro se complexifica, no contexto da sociedade de consumo, ou como diria Lipovetsky (2014), da sociedade do hiperconsumo. O fato é que as trocas nunca fizeram tanto sentido no cotidiano, no modo de vida atual. Revestidas de um sentido aprazível, muito relacionado às experiências, vê-se crescer, modernizar e diversificar a atividade comercial. Como nunca se viu, o comércio mobiliza um conjunto de signos com capacidade de distinguir consumidores e espaços de consumo.

Dada a necessidade de reprodução do capital, verifica-se uma ampliação e concentração do consumo nas cidades, *locus* por excelência da concentração dos meios técnicos para reprodução do sistema capitalista, resultando, portanto, na especialização do comércio varejista que complexifica crescentemente os sistemas de troca.

Isso posto, tem-se um sistema comercial que supera a lógica fordista de mero movimento de troca de produtos e serviços, padronizado e homogeneizado e passa a assumir um sentido múltiplo, flexível. Esse sentido pauta-se na diversificação como característica basilar para atender a um mercado consumidor cada vez mais segmentado e que fundamenta uma lógica de diferenciação que marca, cada dia mais, o estilo de vida da sociedade dita pós-moderna.

Tais nuances direcionam um valor diferenciado ao espaço de comércio que passa a se tornar um lugar amparado em signos que dão identidade ao consumidor e que se faz sentir por intermédio de técnicas de *marketing* e *design* projetadas para atrair o interesse do seu consumidor e transformar as

lojas em objeto de consumo, semelhantes aos produtos e marcas vendidos em seu interior (CACHINHO; SALGUEIRO, 2016). Conforme destacam Salgueiro e Cachinho (2009) em um texto que trata sobre a relação cidade-comércio,

[...] Na sociedade contemporânea, os espaços comerciais estão a deixar de ser meros lugares de troca, lugares onde as pessoas vão para satisfazer as suas necessidades de aprovisionamento. Nem mesmo nos hipermercados, formato comercial paradigma do consumo de massas, essa lógica parece subsistir. A imagem de outras unidades comerciais, estes não só vendem mercadorias como estão a transformar em si mesmos num objeto passível de ser consumido. Mais do que bens e serviços, por meio da arquitectura, do design, das ambiências, das marcas, das insígnias, do espetáculo e do simbolismo dos objectos, um grande número de estabelecimentos está empenhado em oferecer aos consumidores verdadeiras experiências de vida. Aqui as pessoas abastecem-se, satisfazem as suas necessidades de consumo, mas também realizam desejos, tornam real sonhos e fantasias, mimam uma grande diversidade de estilos com a finalidade de mimarem o seu próprio estilo (2009, p. 21-21).

Sendo assim, a paisagem comercial é composta por elementos que dão suporte às trocas materiais, mas também, por elementos que justificam uma crescente valorização pelas experiências de consumo que segmentam crescentemente o mercado, fato que permite mencionar um mundo visível do comércio consorciado a mundo invisível do consumo.

A valorização desse consumo resulta de uma importante revolução no mundo do capitalismo moderno e se inscreve em um novo momento da história do sistema capitalista. O capitalismo de consumo revela uma mudança na perspectiva econômica que passa de uma economia centrada na oferta para uma economia centrada na demanda. Tem-se, nessa perspectiva, importantes mudanças tanto do ponto de vista da organização da oferta, como das práticas cotidianas e do universo mental do consumismo moderno. Nas palavras do filósofo Lipovetsky (2014) vive-se, nas duas últimas décadas, uma nova fase do capitalismo de consumo que coloca o consumidor como elemento de destaque.

Para o pesquisador, o consumo passa a ser norteado pela valorização de experiências que se dão em toda parte, em qualquer momento e em todas as idades, por intermédio da diversificação da oferta, ajustando-a às expectativas dos compradores, com redução nos ciclos de vida dos produtos, em razão das rápidas inovações; segmentação dos mercados; facilidade de

acesso ao crédito e fidelização do cliente com base em práticas comerciais diversificadas e personalizadas (LIPOVETSKY, 2014).

Essa mercantilização das experiências e dos modos de vida, compõem um contexto relativamente novo no modo de pensar o consumo, o que tem condicionado uma série de transformações tanto na estrutura física, como na função e gestão dos empreendimentos comerciais. Um sistema de signos está na base dessas mudanças que acabam por agregar um valor simbólico ao ato do consumo. Além do produto, da marca, do atendimento e do empreendimento, tem-se a valorização do espaço de consumo, que no contexto urbano toma uma relevância crescente, tendo em vista que passa a ser considerada uma prática de distinção social.

Nesse sentido, espaços antes tidos como periféricos no sistema de valores urbanos, ganha uma conotação valorativa que os distingue no âmbito urbano, sendo alvo de intervenções estrategicamente pensadas para esse fim, na medida em que concede o aparato urbanístico necessário ao poder de atração e investimento econômico. Como um ponto luminoso em escala intraurbana, esses espaços se tornam atrativos para investimento do capital de ponta, sediando uma diversidade de empresas, muitas das quais, de capital internacional conforme se pode constatar em Natal.

Sendo assim, somente nos anos 2000 que esse tipo de capital ganha notoriedade com a instalação de empresas comerciais (*shopping centers*, hipermercados, supermercados, lojas de eletrodomésticos) geridas por grandes grupos de capital nacional como Grupo Pão de Açúcar e de capital internacional como os grupos Carrefour e Walmart. Seguindo a mesma lógica, os *shopping centers* da cidade, com exceção do Shopping Via Direta, Praia Shopping e Shopping Cidade Jardim, são pertencentes a empresas que atuam no mercado nacional (quadro 4).

Quadro 4 – Principais grupos em atuação na atividade comercial em Natal/RN.

Grupo	Origem do capital	Empresas comerciais
Walmart	EUA	- Hiperbompreço - Sam's Clube - Bompreço
Carrefour	França	- Carrefour - Atacadão
SHV Holdings N.V.	Holanda	- Makro

Pão de Açúcar	Brasil/São Paulo	- Extra - Assaí - Maxx Atacado - Casas Bahia
Guararapes	Brasil/São Paulo	- Midway Mall
Ancar Ivanhoe e BRMalls	Brasil/Rio de Janeiro	- Natal Shopping
Partage	Brasil/São Paulo	- Partage Norte Shopping
Capuche	Brasil/Rio Grande do Norte	- Praia Shopping
Medeiros	Brasil/Rio Grande do Norte	- Shopping Via Direta
Veríssimo & Filhos	Brasil/Rio Grande do Norte	- Shopping Cidade Jardim
Nordestão	Brasil/Rio Grande do Norte	- Supermercados Nordesteão - Super Fácil

Fonte: Pesquisa, 2017.

Nas grandes cidades capitalistas, as raízes dessa dinâmica comercial e sua relação com a emergência da cidade terciária deu-se, fundamentalmente, com a passagem do sistema fordista para o de acumulação flexível que se associou aos avanços nas comunicações e nos transportes, ganhando uma notoriedade maior no espaço a partir da década de 1980. O desenvolvimento tecnológico direcionado para propaganda, comunicação, publicidade e *marketing*, iniciado nesse período, possibilitou um impulso de inovação nas atividades comerciais que ganharam o mundo virtual, ampliando as possibilidades de consumo e reforçando a importância do comércio no desenvolvimento econômico atual.

Conforme destaca Cleps, em seu estudo sobre as novas territorialidades urbanas, considerando a relação comércio e cidade,

A intensificação das relações internacionais, a nova divisão internacional do trabalho, as mudanças na geografia da produção, a velocidade das informações, dos meios de comunicação e transportes, o crescimento internacional da economia e dos serviços, o aparecimento das cidades globais, promoveram uma forte interdependência entre os lugares. Alterou-se assim, as exigências locais para o comércio varejista a para a maior parte dos serviços ao consumidor (2004, p. 126).

Para Cleps (2004) essa dinâmica tem início no Brasil, a partir da década de 1970, no âmbito da desindustrialização de São Paulo e da disseminação de grandes superfícies comerciais e uma maior estruturação da cidade a partir de novas formas comerciais a exemplo das galerias e *shopping centers*, hipermercados, supermercados, magazines e lojas de departamento.

Não por acaso, a partir dessa década o mundo passou a assistir a uma expressiva fase de internacionalização da economia, marcada, sobretudo, por uma maior universalização da produção, da informação e do consumo, aumento no número de marcas, produtos e serviços, alteração de hábitos, costumes e valores. Tudo isso tem influenciado crescentemente os estilos de vida e legando ao espaço geográfico, múltiplas transformações ensejadas pelas modificações do sistema produtivo que guarda como uma das maiores características, a apropriação de espaços detentores de grandes superfícies, atraindo uma vida mais intensa, dado o adensamento de fluxos nessas áreas e a especialização de subespaços no contexto da cidade.

O fato é que emerge, do mundo invisível do consumo, um ambiente fértil para a diversificação e modernização das tipologias comerciais. Novas formas comerciais despontam em um contexto de consumo diverso e exigente. Ao comércio tradicional¹⁴, resta o enfrentamento de desafios que os enquadram, majoritariamente, nas seguintes possibilidades:

- se alinham à competitividade do mercado;
- se mantêm sem significativas alterações, mesmo sem experienciar a mesma dinâmica de outrora ou;
- encerram as atividades, haja vista a incapacidade material (financeira) e imaterial (gestão) de se manter frente ao ambiente novo que se formou.

Assim, a dinâmica comercial inovadora e descentralizada do ponto de vista espacial e que foi por algum tempo muito relacionada às cidades metropolitanas, abarca cidades de outras dimensões menores e se consubstanciam como verdadeiros vetores de atração tanto local como regional, contribuindo para o surgimento em novas centralidades, mesmo que

¹⁴ Designação comumente associada como contraponto às novas técnicas de venda e estratégias de gestão dos novos formatos comerciais, tidos como modernos (FERNANDES; CACHINHO; RIBEIRO, 2000).

se reconheça que outros fatores geográficos podem ser considerados nas centralidades urbanas.

Essa discussão sobre centro, e por extensão, sobre centralidade, ganhou corpo, no Brasil, nas duas últimas décadas do século XX, exatamente no momento em que se consolidavam os primeiros resultados da dinâmica urbana embasada no surgimento de novas centralidades, concorrendo, portanto, com a hegemonia do centro principal. Essa dinâmica apontou uma maior complexificação do espaço urbano, em um contexto mundial de reestruturação da economia, onde o consumo assumiu um papel de destaque. Assim, da cidade hierarquizada, caracterizada pela demarcação de um único e determinante espaço dinâmico, assistiu a um crescimento do tecido urbano, embasado na expansão das funções restritas ao centro principal.

Ao tomar como exemplo a sua relação com as atividades terciárias, essas mudanças se confirmam, haja vista que não há uma regularidade na organização espacial dessas atividades em âmbito citadino, como há muito se tentou. Cada realidade carrega especificidades de processos que a singulariza em sua produção e reprodução. Esses modelos de hierarquia pensados no início do século XX foram possíveis a partir de uma ideia de centro primaz. Hoje esse centro perdeu relevância frente ao surgimento de outras áreas dotadas de relevantes características de centralidade, fato que particulariza cada situação.

Dessa forma, a alteração das estruturas urbanas, mudou, significativamente, a estrutura monocêntrica e hierárquica da cidade capitalista. O que se observou foi a diminuição de importância desse tipo de estrutura urbana frente à polarização de espaços intraurbanos pelo comércio, denunciando modelos e formas de organização diferentes e fazendo *jus* ao entendimento de uma cidade policêntrica, muito recorrente em regiões metropolitanas. Tem-se, nesse sentido, uma configuração espacial, baseada em uma distribuição de centros de diferentes níveis que também se diferenciam em razão de sua função e apropriação do espaço e compõem o que se considera nesse trabalho, um conjunto de estruturas que se complementam, mas também que se contrapõem, haja vista, o nível em maior ou menor grau de interdependência e concorrência dessas estruturas na trama urbana da cidade

Na orientação da leitura da realidade ora estudada, entende-se que Natal, detém um centro de relevância simbólica e identitária para a cidade, por abrigar historicamente suas principais funções (administrativa, comercial, cultural e residencial), realidade modificada de forma mais expressiva a partir da década de 1960 com a expansão do tecido urbano da cidade, capitaneada pela política habitacional do Sistema Financeiro de Habitação (SFH) nos sentidos norte e sul conforme apresentado e discutido no primeiro capítulo deste trabalho. Do ponto de vista econômico, tem-se uma justaposição da noção de centro à noção de área tradicional de comércio que passou a perder poder de atração, com a emergência de outras formas comerciais, e a consequente valorização de outros espaços à medida que a cidade foi se expandindo.

De dinâmicas muito diversas e complexas, dada a natureza das diferentes relações entre os espaços intraurbanos, bem como de sua relevância no contexto local e regional, tem-se uma realidade que deve ser pensada em seu todo, considerando as diversas escalas no contexto de um sistema urbano maior. É somente assim que é possível uma aproximação com a realidade estudada. Impossível é analisar a dinâmica comercial das áreas que tradicionalmente desenvolveram essa atividade no contexto da cidade, sem considerar os processos que guardam estreita relação com a expansão urbana da cidade, bem como das mudanças de ordem socioeconômica verificadas nas últimas quatro décadas. A leitura da realidade atual resulta desse emaranhado de composições históricas que se processaram ao longo da história da cidade, inclusive, se estendendo e recebendo influência de territórios outros.

O que se percebe e justifica uma análise mais pormenorizada, é a diferenciação dessa diversidade de polos na composição orgânica das cidades. Isso posto, urge pensar a cidade interligada funcionalmente, haja vista que os centros e as centralidades não se explicam por si, se inserem em um contexto mais amplo cada vez mais interconectado. Ainda que seja possível identificar a emergência de uma centralidade capaz de mobilizar tão somente uma demanda restrita, por exemplo, ao espaço de um bairro que busca se abastecer de produtos e serviços básicos à sua reprodução como é o caso da alimentação e do vestuário. Apesar de se consubstanciar em uma dinâmica

comercial pontual, esses centros de comércio, secundários do ponto de vista hierárquico no sistema urbano estudado, acabam por subtrair certo fluxo de consumidores das áreas tradicionais de comércio da cidade. Assim, em conjunto com os demais subcentros, exercem um efeito mais acentuado no sentido da atenuação de fluxos para esse espaço.

Enquanto emergem novos centros ou centralidades vê-se a perda de atração das áreas tradicionais de comércio, muito especialmente das formas comerciais tais como: pequenos estabelecimentos varejistas e de gestão familiar, feiras livres e mercados públicos. É o que se processa no momento atual na realidade estudada. Mesmo que se reconheça que essa mudança seja processual e que teve início já após à Segunda Guerra Mundial na Ribeira, ela se intensifica com a expansão do comércio no âmbito da cidade, muito especialmente, a partir da década de 1990 com a descentralização da atividade comercial que antes se restringia, quase exclusivamente aos três bairros em tela: Ribeira, Cidade Alta e Alecrim.

O centro tradicional de comércio, objeto deste estudo, é entendido como uma parcela do espaço urbano da cidade do Natal que ganhou razão de ser na própria construção histórica da cidade. Portanto, esse centro, designado como tradicional de comércio, se justapõe à ideia de centro histórico, mantendo estreita relação com as funções que esse espaço adquiriu ao longo do tempo. A noção de tradicional, remete-se, assim, ao contexto que se confirma desde o momento em que o centro era a delimitação da cidade. Contudo, a cidade cresceu, abarcando outros espaços, bem como uma demanda crescente por novos formatos comerciais, sinalizando, portanto, para o surgimento de outras centralidades que tem como suporte, a atividade comercial.

Nesse sentido, faz-se importante, compreender a dinâmica do comércio relacionada ao centro tradicional, mas em um contexto urbano específico, o da cidade do Natal. Portanto, busca-se aproximar, do ponto de vista, teórico, a discussão que verte sobre centro e centralidade urbana, considerando a sua perspectiva comercial de análise.

Em uma definição sobre centro, Vargas e Castilho destacam que o centro das cidades pode ser entendido como o:

lugar mais dinâmico da vida urbana, animado pelo fluxo de pessoas, veículos e mercadorias decorrente da marcante presença das atividades terciárias, transformando-se no referencial simbólico das cidades. Também historicamente eleitos para a localização de diversas instituições públicas e religiosas, os centros têm a sua centralidade fortalecida pela somatória de todas essas atividades, e o seu significado, por vezes, extrapola os limites da própria cidade (2009, p. 01).

À essa dinamicidade, Balsas (1999) atribui o valor comercial que esse centro detém. O autor reconhece que um centro de cidade é mais do que um centro comercial, mas pondera afirmando que se esse espaço perder sua atratividade como centro comercial, dificilmente sobrevive como expressão de centralidade no contexto citadino. Reforçando essa ideia, o autor afirma que “o comércio é claramente a sua componente essencial” (1999, p. 51).

Na continuidade de sua reflexão, ressalta:

Estes locais caracterizam-se ainda por possuírem a maior concentração e variedade de edifícios e atividades de negócios em toda a cidade. Os valores do solo são elevados e geralmente as localizações adequadas para novas construções são escassas. Simultaneamente, as possibilidades de expansão no centro das cidades são reduzidas à medida que as cidades crescem e que a procura comercial aumenta noutras zonas das cidades (BALSAS, 1999, p. 51).

Desse movimento que dinamiza a cidade e que tem no comércio seu elemento de maior envergadura, surge a valorização de alguns espaços em detrimento de outros, muitos dos quais fizeram história na estrutura urbana das cidades, a exemplo dos centros históricos que tradicionalmente ocuparam lugar de destaque na formação dessas cidades, tendo a atividade comercial como importante função desse processo.

Conforme destaca Salgueiro, em seu texto intitulado “Do comércio à distribuição”,

Com a actual reestruturação económica e as mutações sociodemográficas, os tecidos comerciais apresentam componentes em expansão e outras em declínio. Por um lado, crescem os centros comerciais, as grandes superfícies mais ou menos especializadas e as modernas lojas de conveniência, e afirmam-se grandes empresas de distribuição, por outro, assiste-se à perda de hegemonia da área central, ao esbater de uma organização centrada em níveis hierárquicos de funções devido à tendência para o emagrecimento dos níveis intermédios e à morte de muito comércio de esquina

relacionada com os novos hábitos de compra (em termos de distância e frequência) (1996, p. 185)

Ao tratar da perda de vitalidade das áreas comerciais centrais, Berry (1963) identificou quatro grupos de fatores que são recorrentes nessas realidades. O primeiro diz respeito às questões de ordem econômica e se evidencia pelo aumento no número de lojas vazias, por mudanças na oferta e pelo fechamento ou mudança de endereço de estabelecimentos âncoras. Usualmente esse movimento de mudança encontra fundamento na diminuição da população residente ou na mudança da composição socioeconômica com reflexo na perda do poder de compra dessa população; na perda de competitividade dos estabelecimentos, em consócio com as dificuldades enfrentadas pelos comerciantes de adaptarem a oferta à nova demanda emergente, formada por consumidores mais exigentes e específicos em suas escolhas.

O segundo grupo de fatores se associa às características físicas como o envelhecimento das construções deixando entrever a degradação de áreas comerciais que se tornam pouca atrativas e indesejáveis, condicionando à baixa frequência pelos consumidores e interferindo muito acentuadamente do dinamismo dessa área. O terceiro relaciona-se à degradação e é dado pelo empobrecimento dessas áreas, que frequentemente são associadas a práticas sociais pouco reputáveis como: delinquência, violência e vandalismo. Conjugam-se, também, à problemas de acessibilidade, circulação e estacionamento. Por último, a perda de vitalidade dessas áreas, relaciona-se aos fatores de ordem funcional e evidencia-se pelo declínio da atividade comercial sob a tutela de empresários descapitalizados que apresentam dificuldade em se adequar às recorrentes mudanças no mercado consumidor no sentido da inovação, da modernização, fato que resulta no encerramento de muitas atividades (apud CACHINHO; SALGUEIRO, 2016).

O resultado da interação desse centro tradicional de comércio em “decadência” com as outras centralidades comerciais já consolidadas evidencia uma apropriação e valorização desigual do solo urbano que por seu turno, revela o que de desigual a cidade tem. Expressa, portanto, uma diferenciação socioespacial, que singulariza os usos comerciais de cada centralidade e

marca descontinuidades no sistema urbano local. Essa particularidade se revela por intermédio do perfil do público consumidor, do tipo de produto e/serviço comercializado, bem como do estabelecimento e do espaço no qual está inserido, deixando entrever, assim, uma funcionalização dos espaços em um contexto maior de produção dos espaços urbanos.

O que está no cerne dessa diferenciação, é a produção social do espaço que se alinha a uma lógica de desigualdade muito relacionada às classes sociais que explicam, em muito, a diferenciação entre grupos sociais, tendo em vista o lugar que ocupam tanto na produção, como na distribuição de riquezas. Espacialmente, esse movimento se materializa denotando uma divisão espacial do trabalho como elemento base na compreensão do que se lê como articulação/diferenciação dos lugares, haja vista que a reprodução espacial se baseia em estratégias de grupos sociais mobilizados por anseios e necessidades diferenciadas que se complementam, mas também são conflitantes (CARLOS, 2007).

Tais estratégias são indicativas de práticas sociais que se refazem no tempo e no espaço por intermédio de processos espaciais. Na pesquisa em questão identifica-se uma diversidade de processos (descentralização, modernização, diversificação), já discutidos no primeiro capítulo desta tese, que se combinam na leitura da realidade estudada.

Mesmo que se reconheça perda de vitalidade nas áreas tradicionais de comércio com especial destaque para Cidade Alta e Ribeira, é para essa área que se distribuem os principais corredores da cidade, bem como o serviço de transporte público. Das 86 linhas de ônibus disponíveis na cidade, 44 linhas apresentam trajetos que circulam pelo bairro do Alecrim, 46 pelo bairro da Cidade Alta, e 47 pelo bairro da Ribeira (NATAL, 2008). Esse dado reforça a tese defendida neste trabalho, uma vez que, sendo bem assistidos em termos de transporte público, os três bairros em estudo continuam recebendo um importante fluxo de pessoas, muitas das quais consumidoras, o que ressalta a pujança da função comercial que essa área ainda mantém, destacadamente, o bairro do Alecrim, que inclusive experienciou um aumento maior no número de estabelecimentos comerciais nos últimos anos, reforçando a tese de que há uma dinâmica dessas áreas em função do comércio.

Nesse sentido, concorda-se com Sposito que, em seu texto sobre centros e centralidades na realidade brasileira, pondera em adjetivar esses centros principais como decadentes. De acordo com a autora, esses centros “continuam a ser, quando não o único, o nó principal do sistema de circulação por transporte coletivo, como revelam as linhas de ônibus e de trens suburbano e metropolitano, quase todas radiais e diametrais” (2012, p. 51).

Uma característica de pouca dinâmica desses espaços, está relacionada à saída de moradores de alto poder aquisitivo para outras áreas da cidade, fato que denota, em um primeiro olhar, uma possível “decadência” do centro, muito embora permaneça exercendo importante poder de atração, conforme destaca Vieira (2002):

Apesar de demonstrar que primeiro o centro é abandonado para depois se deteriorar, se “popularizar”, não é definitivo o fato de que com a saída da classe de alta renda esteja determinado o fim do centro como tal. É certo que há um deslocamento de atividades comerciais, sobretudo às destinadas à diversão, e posteriormente do próprio emprego, que passa a ser ofertado em outros locais fora do centro. Mas ainda assim, independentemente da “decadência” do centro como local de vida da classe alta, este lugar continua exercendo grande atração para o comércio e para os serviços destinados a uma outra classe de menor poder aquisitivo. A popularização do comércio altera a paisagem, modifica o padrão das superfícies comerciais, o “*mix*” varejista colocado à disposição dos consumidores, mas não altera a identidade do lugar como local de comércio e de serviços, nem tampouco altera a identidade histórica agregada ao espaço. Os novos “pontos” de comércio e serviços que surgem na cidade para atender à mobilidade da classe alta constituem outras centralidades, destinadas a estas classes. No entanto a mobilidade do comércio e dos serviços é, antes uma mobilidade relativa àquela conjuntura do que uma mudança absoluta na localização intra-urbana. O centro deixa de ser o local de consumo da classe alta, mas não deixa de ser centro por este motivo. Novas áreas são produzidas para fornecer comércio e serviços à classe alta em suas novas localizações, mas não refundam o centro da cidade, quando muito produzem um “novo centro”, ou um “centro novo”, como se preferir, mas de qualquer forma será um lugar diferenciado do centro, que continua no mesmo lugar, apesar de todas as modificações que lhe possam ser impostas e associadas (2002, p. 121-122).

Essas duas construções que tomam a ideia de “decadência” como pressuposto, fundamentam a tese que se sustenta neste trabalho. Assim, mesmo considerando um arrefecimento do uso comercial das áreas em estudo (com exceção do Alecrim), as mesmas apresentam uma dinâmica que não é a

de outrora, mas é a que dá identidade ao centro, como área tradicional de comércio, seja em maiores ou menores proporções.

Resumidamente, as noções de centro e centralidade apresentam algum grau de relação. A ideia de centro principal, bem como de centro histórico, relaciona-se à forma urbana facilmente identificada, dado o adensamento de funções que esse espaço abrigou ao longo do tempo. Mesmo que esse centro apresente perda de vitalidade, em razão do surgimento de outras centralidades, ele não perde importância no âmbito citadino, haja vista, a relevância de seus aspectos simbólicos e históricos que o valorizam, singularizando-o em relação aos demais espaços urbanos.

A centralidade, por seu turno, compreende uma dinâmica, muitas vezes, relacionada a uma função mutável no tempo e no espaço, podendo, inclusive, mudar ao longo do dia, conforme o uso do espaço. As novas centralidades decorrem, portanto, de um processo de descentralização, indicativo de subcentros, entendidos como novas centralidades. Nesse sentido, concorda-se com Araújo (2017) que ressalta que esse “novo” advém de novos conteúdos, processos e formas que requerem novas interpretações na realidade urbana da cidade contemporânea, tendo, portanto, uma perspectiva diversa e relativa e denotando uma natureza específica, conforme o uso se efetiva.

Para um contexto mais amplo, que extrapola, sem, contudo, eliminar a tipologia de centro histórico, tem-se, subjacente à ideia de novas centralidades, o surgimento de novos centros urbanos como substratos necessários à realização da centralidade que, por sua vez, é condição para a formatação de um centro. Conforme destaca Araújo, em sua tese sobre a natureza da centralidade urbana em Natal,

Tal configuração empírica nos impele a reafirmar que a natureza da centralidade urbana é *diversa* e também *relativa*. Isto é, a condição de ser central atribuída a um dado centro perdura sempre em função de certa centralidade, a qual é dinâmica, momentânea e efêmera, não importando a duração do lapso de tempo; antes, os *conteúdos*, *processos* e *formas* que constituem determinado centro, em sua capacidade de atrair-irradiar fluxos. Aí, sim, é que perdura a centralidade; e, por sua vez, a condição de ser central de um dado centro. Isto nos encoraja a afirmar que a centralidade é condição para que haja centro; enquanto que, de forma solidária, o centro é, para a centralidade, estrutura, arcabouço sem o qual a centralidade não tem como ancorar sua dinâmica (2017, p. 60).

Do ponto de vista histórico, a área aqui delimitada como tradicionalmente comercial, abrigou até a década de 1960, todas as funções citadinas, haja vista ser essa a delimitação mais consolidada da cidade do Natal. Mesmo que as funções administrativas, das atividades terciárias e até mesmo a função residencial, tenham se expandido para outras áreas, acompanhando o crescimento da cidade, muitas permanecem nessas áreas. Dessa forma, concorda-se com Araújo quando diz que os três bairros (Alecrim, Cidade Alta e Ribeira) conformam a mais remota expressão de centralidade urbana em Natal, tendo como atividade principal, o comércio.

O processo de descentralização urbana, verificado em Natal, se iniciou na década de 1980 e se firmou a partir da década de 1990 como já discutido nesta pesquisa, contudo, a instalação de alguns equipamentos públicos de função comercial, serviços e de lazer já haviam sinalizado para o surgimento de outros espaços dinâmicos na cidade nas zonas sul e oeste da cidade, muito embora, esses equipamentos por si só, não tenham retirado a primazia que o centro histórico exerceu até então.

Como exemplo, a zona sul da cidade viu sua dinâmica se acentuar a partir da década de 1970 com a construção da Universidade Federal do Rio Grande do Norte entre os bairros de Lagoa Nova, Capim Macio e Nova Descoberta, que se materializou em um importante elemento para o redirecionamento dos fluxos urbanos de Natal. Mesmo que sua fundação date de 1958, foi a somente na década de 1970 que congregou todas as faculdades em torno de um Campus Central que ocupa uma área de 123 hectares e é circundado por um anel viário que o interliga à cidade.

Outro equipamento de destaque nesse contexto, foi a construção, também no bairro de Lagoa Nova, do Estádio Humberto de Alencar Castelo Branco, popularmente conhecido como Castelão, rebatizado em 1989 de João Cláudio de Vasconcelos Machado (Machadão) (hoje Arena das Dunas). Em área adjacente ao estádio, foi construído na década de 1970, o centro administrativo do estado do Rio Grande do Norte que passou a abrigar todas as secretarias executivas da gestão pública estadual e mais tarde, em 1979 foi instalada a CEASA e em 1982, o Serviço Social da Indústria (SESI), em 1982.

Essa descentralização urbana foi marcada, também, pelo estabelecimento do terminal rodoviário estadual no bairro de Cidade da

Esperança. Transferido da Ribeira, em 1981, para a Zona Oeste, por si só esse equipamento já se efetivou como importante para uma reorientação da dinâmica estimulada pelas atividades ligadas à antiga rodoviária. Esses equipamentos, em consórcio com outros estabelecimentos de comércio e serviços que se instalaram mais tarde, fizeram surgir um fluxo sensível de pessoas nessa área.

Assim, foi a partir da década de 1960 que o processo de expansão do espaço urbano de Natal começou a ganhar expressão. Para além da área historicamente ocupada, a cidade foi se adensando a partir da função residencial que se associou, mais tarde, a outras atividades como supracitado, sem contudo, comprometer a primazia do centro histórico, o que ocorreu somente a partir da década de 1980 quando a atividade comercial, deu os primeiros sinais de consolidação de um nova dinâmica citadina com a instalação de grandes e modernas superfícies comerciais (*shopping centers*), embora o início desse processo tenha ocorrido na década de 1980, com a instalação do Hiper Bompreço.

Esse quadro de referência denota, dentre outros fatores, que a intensidade do uso do solo urbano e o seu consequente aumento no valor de troca, deixou de ser um atributo somente dos três bairros em estudo. Mesmo que isso não tenha se processado de forma linear nos três bairros, foi uma tendência geral que se confirmou com a chegada e instalação de novos formatos comerciais, especialmente na zona sul da cidade. Essa nova dinâmica que acompanhou a expansão urbana de Natal, justificou, também, uma demanda por infraestrutura urbana, embasando ainda mais a consolidação de outras áreas de cidade, enquanto novas centralidades e dotando-as de vantagens competitivas para a instalação de novas empresas comerciais e de serviços, motivadores de novas práticas sociais.

Esse movimento, entendido como dinâmico, abrange a cidade como um todo. Dessa forma, à medida que as novas centralidades de natureza comercial, delimitadas neste trabalho como as que fazem referência à área sob influência da atividade turística e as áreas que compreendem as vias expressas de circulação, vão se consolidando por força de uma demanda que a justifica e de intervenções públicas e privadas que asseguram sua afirmação,

o centro tradicional de comércio, vai se refazendo, também, nessa lógica material e imaterial demandada pelos novos tempos.

Ao longo dos últimos anos, as condições de centralidade que esses novos espaços da cidade detêm, se reafirmam. Para tal, foi importante a atividade turística, capitaneada pelas políticas públicas que tiveram um papel relevante na estruturação urbana da cidade. A partir da década de 1990 ocorreu um aumento significativo no número de turistas estrangeiros, expressando o aquecimento da atividade.

Segundo informação da Superintendência da Polícia Federal do Rio Grande do Norte, em 2016, o RN foi o único estado do Nordeste a registrar crescimento no número de turistas internacionais. Em relação ao ano de 2015, o aumento no número de turistas de 12%, passando de 27.154 em 2015, para 30.425 em 2016 (apud TURISMO, 2017).

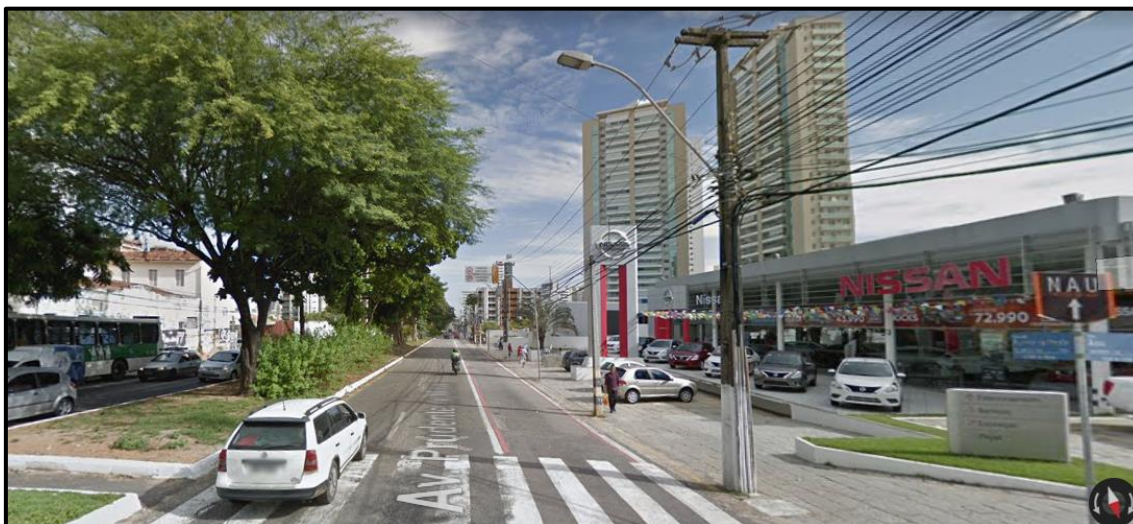
As vias expressas de circulação, evidenciam outras condições de centralidade que se confirmam pela relevante quantidade de estabelecimentos comerciais e de serviços, assistidos por espaços de melhor acessibilidade e que conectam e estruturam a cidade como um todo. Trata-se de avenidas alargadas, com até seis faixas de automóveis (três em cada sentido), que podem ser facilmente acessadas de qualquer direção da cidade e de cidades circunvizinhas, melhor assistidas de transportes públicos, apresentam uma função residencial de pouco relevo, são arborizadas e, relativamente às áreas tradicionais de comércio, são consideradas seguras. Essas vias detêm, portanto, uma qualidade urbanística que se associa a amenidades como boas condições de acessibilidade, circulação e estacionamento, que as tornam atrativas e dinâmicas no contexto citadino.

Nessas áreas observa-se um valor do uso do solo mais elevado, sendo os estabelecimentos apropriados por empresários com recursos financeiros, conhecimento de mercado alinhado à realidade de consumo e maiores vantagens competitivas.

Fisicamente, os estabelecimentos localizados nessas vias, se alinham a uma perspectiva modernizada, apresentando espaços confortáveis, atendimento especializado, visual interno e externo (fachada) que se harmonizam com uma proposta moderna de venda atrativa ao segmento de maior poder aquisitivo. Tem lugar de destaque, as lojas de móveis e

decorações, lojas de franquias, locais, nacionais e internacionais, equipamentos de restauração, serviços bancários, de saúde e estéticos, além de um comércio de varejo moderno muito representado pelos supermercados, hipermercados, atacarejos e *shopping centers* as concessionárias de veículos de grandes marcas nacionais e internacionais (figura 23).

Figura 23 – Trecho da Av. Prudente de Moraes.



Fonte: Google Earth, 2017.

Contudo, mesmo que se reconheça esse movimento no sentido da consolidação de novas dinâmicas em novos espaços, é justo salientar que, verificada a descentralização, não se pode dizer que a área tradicional de comércio ficou estagnada no tempo e no espaço. Ela também passou por mudanças estruturais que deram um novo significado, algumas vezes, inclusive, reforçando uma importante centralidade no contexto da cidade, o que vem acontecendo nos bairros de Cidade Alta e Alecrim e que será discutido, de forma mais verticalizada na subseção seguinte.

4.2 O COMÉRCIO CITADINO ATUAL E SUAS PERSPECTIVAS FUTURAS: OS CENÁRIOS EM CONSTRUÇÃO

4.2.1 Entre permanências e coexistências: uma leitura da realidade atual

As perspectivas futuras do comércio em sua área tradicional, perpassam pela leitura de sua construção e consolidação como alicerce necessário para seu entendimento. O surgimento de outras centralidades de natureza comercial contribuiu para uma forte competitividade com as atividades comerciais da área tradicional de comércio de Natal. Até a década de 1980, quando se inicia essa expansão e modernização do comércio, sobretudo, em outros espaços da cidade, a ausência ou pouca concorrência até então não estimulou a modernização dos empreendimentos comerciais, consequentemente, algumas estruturas físicas e de gestão foram se degradando, sem contudo, apresentar um quadro de decadência para o sistema comercial dessa área, pois a população não tinha alternativa de escolha, sendo assim, permanecia a consumir no espaço tradicionalmente ofertado pela cidade.

A descentralização espacial da atividade comercial na cidade, colocou, portanto, para os comerciantes, o desafio da diversificação da oferta de produtos, da modernização de seu estabelecimento, bem como das técnicas de venda e gestão. Em meio a esse cenário, o poder público vislumbrava, também um desafio pela manutenção e melhorias de aspectos urbanísticos capazes de manter o poder de atração desse espaço comercial, assim como de outras áreas da cidade que estava em expansão.

Até a década de 1980, com o surgimento dos hipermercados, essa área atraía parte majoritária do consumo de produtos e serviços de Natal, se mantendo como principal centralidade de natureza comercial. As características da dinâmica comercial dos três bairros em estudo, estavam consolidadas e resultavam de um processo histórico edificado ao longo do século XX, muito especialmente a partir de sua segunda metade, como já anunciado.

O bairro do Alecrim havia se densificado, do ponto de vista da atividade comercial, conhecendo uma diversificação da oferta de produtos que o projetou

como uma referência urbanorregional. Além da perspectiva varejista, esse bairro ficou conhecido como importante centro de distribuição, a partir de muitos estabelecimentos atacadistas que distribuíam para cidades do interior do Rio Grande do Norte.

Conforme mencionado no capítulo anterior, esse bairro surgiu como espaço de passagem dos fluxos de pessoas que se deslocavam do interior do estado e de estados vizinhos em direção à área portuária da cidade, localizada no bairro da Ribeira. Esse adensamento, tanto do ponto de vista residencial, como comercial foi se efetivando de forma espontânea e o comércio aí estabelecido, desde o seu início, atraía um público consumidor com menor poder aquisitivo que mobilizava a comercialização de produtos de baixa qualidade e massificado, fato que o justifica caracterizar, genericamente, como um comércio popular.

Na passagem da década de 1980 para o de 1990, a elite natalense tinha como centro de consumo, o bairro da Cidade Alta. Dos três bairros em apreço, foi esse que passou a sediar os primeiros estabelecimentos comerciais de grande porte, e de capital nacional como: as Brasileiras, as Pernambucanas e as Americanas. A Cidade Alta compunha, assim, uma centralidade que atraía um público específico, mobilizado por funções comerciais, de lazer e de serviços sobretudo, de serviços públicos, tendo em vista que esse bairro abrigava (e abriga) órgãos públicos como a Prefeitura da Cidade; o Instituto Histórico e Geográfico e a Capitania das Artes.

Associado a tais elementos, esse bairro recebeu boa parte da função comercial, antes sediada no bairro da Ribeira. Muitos estabelecimentos comerciais se deslocaram para a Cidade Alta, afetando já nesse período, a dinâmica comercial do bairro da Ribeira, que havia sido comprometida com a saída do contingente de militares americanos estabelecidos em Natal por ocasião da guerra.

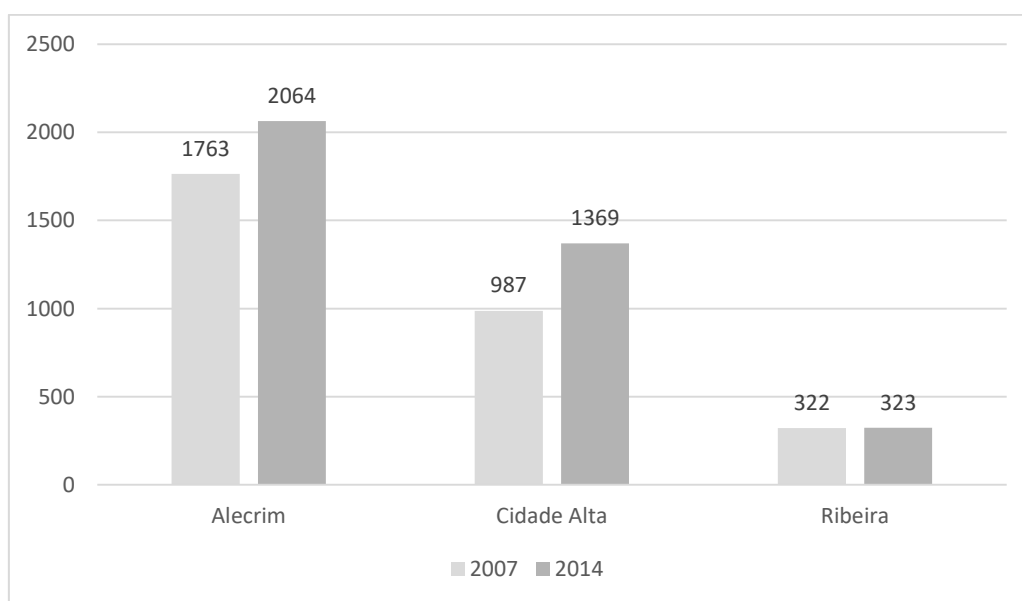
Com a sua dinâmica comprometida, a função comercial da Ribeira foi decaindo ainda mais nas décadas subsequentes. Sua atividade comercial ainda presente, relaciona-se à função portuária desse bairro, bem como às atividades desenvolvidas por órgãos públicos. O bairro manteve até o ano 1981 um equipamento urbano de relevante significado para o seu adensamento comercial: o terminal rodoviário, quando este foi transferido para o bairro de

Cidade da Esperança e passou a se chamar Terminal Rodoviário Lavosier Maia.

Essa dinâmica compõe, portanto, a área tradicional de comércio de Natal, entre as décadas de 1980 e 1990, quando as demais centralidades comerciais surgidas em outros espaços da cidade começaram a ganhar notoriedade. Contudo, esse centro tradicional continuou mostrando sua relevância no contexto de Natal, marcando, portanto, uma relativa dinâmica, com destaque para o bairro do Alecrim.

O aumento no número de estabelecimentos comerciais confirma essa afirmação. Conforme os dados apresentados pela SEMUT (gráfico 15), de 2007 a 2014 os três bairros (Alecrim, Cidade Alta e Ribeira) apresentaram um crescimento no número de estabelecimentos comerciais. Mesmo que esse crescimento não tenha ocorrido de forma tão expressiva, associado, às demais funções desses bairros, denota uma dinâmica que singulariza essa área.

Gráfico 15 – Área em estudo – número de estabelecimentos comerciais de 2007 a 2014.



Fonte: Natal (2007, 2014).

Alecrim

A dinâmica comercial apresentada pelo bairro do Alecrim nos dias atuais, guarda relação com o fato de ser o maior e mais consolidado espaço

com oferta de estabelecimentos comerciais, direcionado, prioritariamente, para um público de menor poder aquisitivo. Segundo informações concedidas em entrevista pelo Presidente da Associação dos Empresários do Bairro do Alecrim (AEBA), o bairro arrecada cerca de 45% do ICMS gerado na cidade, contando com um número significativo de estabelecimentos comerciais, com destaque para os segmentos varejistas (SÁ, 2016).

Estando entre um dos maiores bairros em extensão territorial, o Alecrim, abriga 13,29% do comércio de Natal, contando, assim, com 18 ruas e avenidas com uso comercial superior a 50%. Essas ruas e avenidas são, geralmente, extensas e largas e apresentam uso comercial tanto, na parte edificada, como nas calçadas e canteiros. Algumas delas, conectam o bairro do Alecrim aos outros bairros circunvizinhos (Quintas, Dix-Sept Rosado, Barro Vermelho, Lagoa Seca e Cidade Alta) bem como às vias expressas de circulação, apontadas como geradoras de nova centralidade no contexto da cidade. Exemplo disso é a Avenida Coronel Estevam (figura 24) que apresenta uma extensão de aproximadamente 3 km e interliga o Alecrim aos bairros de Quintas e Cidade Alta.

Figura 24 – Alecrim - Av. Coronel Estevam.

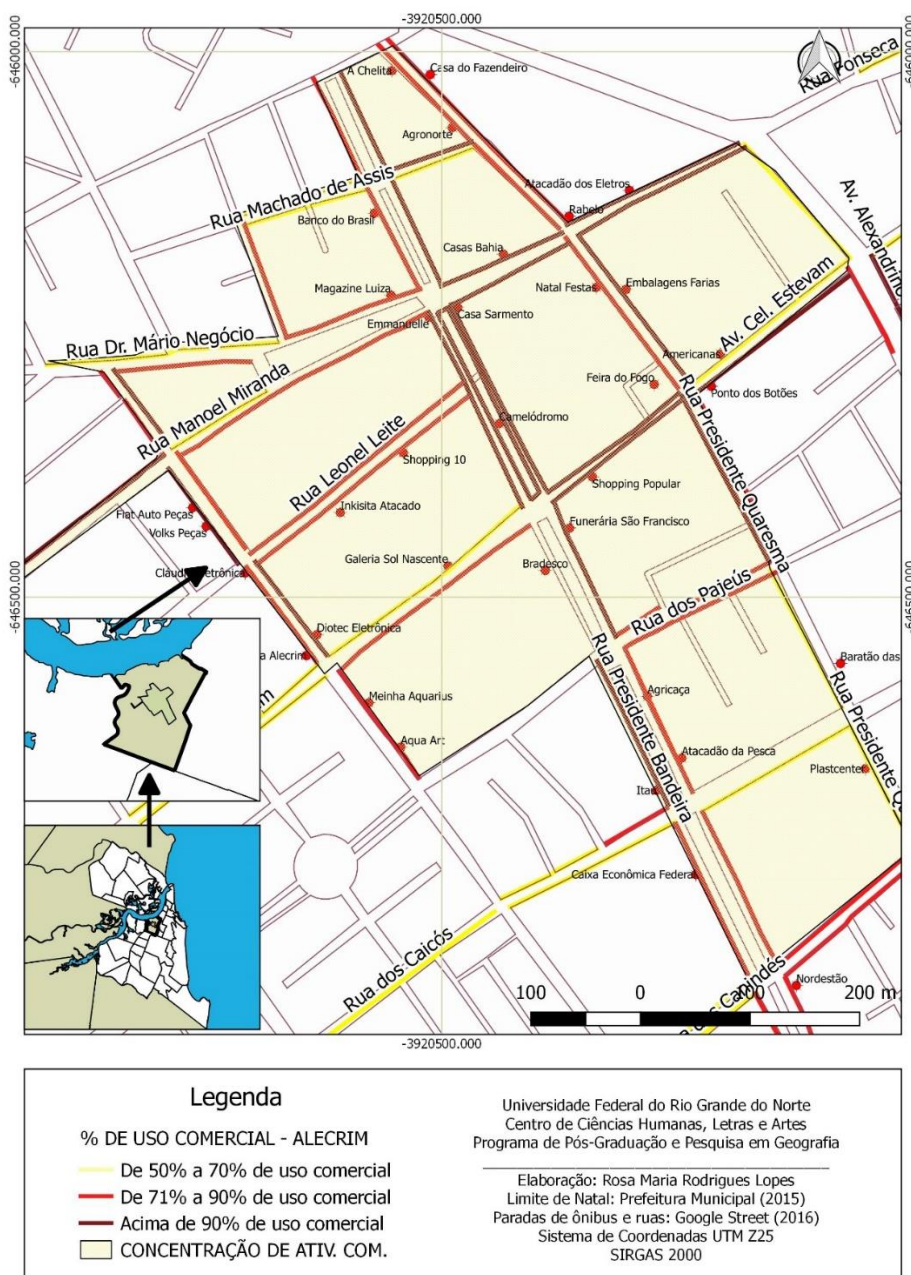


Fonte: Soares, [20--].

A Avenida Presidente Bandeira é outro importante exemplo. Ela compreende uma extensão de aproximadamente 4 km, cruzando importantes ruas e avenidas como: Coronel Estevam, Jaguarari, Canindés e Caicós. Essa avenida apresenta uma intensa dinâmica comercial, com destaque para alguns trechos onde o uso comercial ultrapassa os 71%, como o trecho que localizado entre as ruas Ary Parreiras e Caicós (mapa 5).

De forma mais generalista, o espaço de maior intensidade comercial no bairro do Alecrim, abarca as ruas: Dr. Luiz Dutra-Presidente Quaresma, Presidente Bandeira, Agostinho Leitão, Amaro Barreto, Dr. Mário Negócio, Leonel Leite, Presidente José Bento, Pajeús e Coronel Estevam. Contudo, o trecho com concentração comercial acima de 90% compreende área de influência do Camelódromo, criado no ano de 1997 para organizar o comércio que se acumulava nas calçadas dessa área e que é conhecida popularmente como “coração do Alecrim”. O camelódromo conta com uma qualidade expressiva de pequenas bancas cobertas que abrigam atividades comerciais de varejo, especialmente de vestuário e acessórios e, em menores proporções, CD's, DVD's, eletrônicos portáteis, capas e acessórios para celulares. Em sua hinterlândia, localizam-se muitas das principais lojas do Alecrim, sendo também, as mais antigas do bairro. À título de exemplo, faz-se importante mencionar (Casa Sarmiento) e a Manchete Calçados. Nessa área adensada comercialmente, é possível encontrar, também, o Shopping 10, além de outras lojas tidas como âncoras, a exemplo do Sacolão e da Eskisita Atacado.

Mapa 5 – Alecrim – delimitação de área comercial.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

É também nesse polígono que se encontra localizado o Shopping Popular, uma feira permanente conhecida como Feira do Fogo e a maior feira de Natal, Feira do Alecrim (oficializada em 1930) que acontece aos sábados e mobiliza um número expressivo de feirantes e consumidores que se estabelecem ao longo da Rua Presidente Quaresma, tendo como limites a Avenida Coronel Estevam e a Rua dos Caicós (figura 25)

Figura 25 – Alecrim – Feira do Alecrim.



Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

Sem dúvida essa feira contribui para a dinâmica que a atividade comercial do bairro experimenta e mantém a importante centralidade dessa área. Em 2007 essa feira foi alvo de intervenções por parte da Secretaria Municipal de Serviços Urbanos (SEMSUR) que orientou sua padronização e organização. Assim, o espaço utilizado pelos feirantes, recebeu benefícios como: banheiros químicos, lixeiras, a presença de guardas municipais, garis e tiveram suas bancas padronizadas e organizadas no sentido de facilitar o trânsito de comerciantes e consumidores.

Desse espaço de maior intensidade de atividade comercial, é importante mencionar, também, a ocorrência de uma oferta de segmentos de comércio. Na Rua Presidente Quaresma, por exemplo, tem-se um trecho que concentra um número expressivo de lojas de materiais agropecuários, em outro trecho, é possível encontrar óticas e em outro trecho encontra-se uma concentração de lojas de embalagens que comercializam no varejo e, também, no atacado. A Rua Presidente José Bento se destaca pela comercialização de equipamentos de som e imagem; a Rua Manoel Miranda pela venda de peças e reposição de automóveis e lojas especializadas no comércio de tintas.

Conforme já mencionado, essa área de intensa atividade comercial, é caracterizada, também, por abrigar muitos estabelecimentos que se fixam nas

calçadas e canteiros. Trata-se de um sem número de comércios fixos e barracas que são recolhidas ao final do dia, além de uma intensa atividade de ambulantes que se deslocam no decorrer do dia por esses espaços detentores de maior fluxo, considerando, inclusive as paradas de transporte público (figura 26).

Figura 26 – Alecrim – Banca em via pública.



Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

Segundo relato do entrevistado B, esse comércio de ambulantes caracteriza-se, muitas vezes, como uma extensão do comércio sediado na parte edificada e também do comércio de barracas fixados ao longo das calçadas. Isso se verifica pelo sistema de subcontratação estabelecido entre os proprietários de lojas e esses vendedores, que se efetiva na comercialização dos seus produtos ao longo das calçadas e ruas. Assim, por mais que seja constantemente criticado pelos diversos agentes diretamente ligados à atividade comercial no bairro, esse comércio, contribui, de forma acentuada, para dinamizar essa atividade nos dias atuais.

Além de todo esse pronunciado movimento, o bairro sedia, também, repartições públicas, escolas públicas e privadas, totalizando 22 estabelecimentos, além de clínicas, que acabam por contribuir para atração de usuários desses serviços.

Diante desse contexto, faz-se importante frisar que o comércio que se identifica hoje não é o mesmo responsável pela dinâmica do passado. Decerto alguns estabelecimentos se mantêm no contexto do bairro, contudo, essa permanência vem se dando com base nas adequações em termos de oferta de produtos, técnica de vendas e de gestão que são necessárias, frente às novas demandas de mercado, aos novos modelos de consumo cada vez mais aproximados dos anseios dos consumidores que são, cada vez mais, consumidores atores ou como define Cachinho (2006) *consumactor*.

Um comerciante entrevistado que atua há 40 anos no bairro diz manter seu comércio no mesmo lugar e com a mesma oferta de produtos que tem sido o carro chefe de sua empresa desde o início da atividade. Porém, uma das características de sua adequação ao mercado, tem sido a diversificação de marcas e preços, com o propósito de atingir diferentes públicos, com destaque para um perfil de consumidor de menor poder aquisitivo, característico do bairro. Ademais, o empresário tem investido em serviço de reparo dos produtos que perfazem seu seguimento de vendas. Com uma garantia ofertada pela loja, os serviços de reparo nos produtos são realizados pela própria loja em uma área anexa, antes utilizada exclusivamente como estoque. Segundo o entrevistado, desde o início de sua atividade, tem um público fidelizado de diversas partes da cidade, bem como do estado. Nesse sentido, precisa manter a qualidade dos produtos ofertados para continuar a atender uma demanda de maior poder aquisitivo, mesmo tendo perdido uma parcela considerável desse público consumidor para os *shopping centers*. Além do exposto, como uma forma de acompanhar essas mudanças na dinâmica comercial, o empresário mantém lojas em dois dos principais *shopping centers* da cidade (Praia Shopping e Midway Mall), sendo uma dessas lojas, uma franquia adquirida para atuação exclusiva na cidade do Natal.

Outro aspecto importante que denota mudança nesse contexto da dinâmica comercial, é a instalação de novos empreendimentos comerciais, muitos dos quais de capital nacional, a exemplo do ocorrido em outras novas centralidades comerciais. Um ramo comercial marcado por essa característica é o de eletrodomésticos que tem como lojas de referência: Magazine Luiza, Rabelo, Ricardo Eletro, Atacadão dos Eletros, Unilar, Casas Bahia, Eletro Shopping, Laser Eletro e Insinuante. Outro ramo fortemente presente é o de

farmácias. Estão presentes no bairro, lojas como Unifarma, Globo, Pague Menos, todas elas com uma proposta de oferta variada de produtos que abarca além de medicamentos, produtos alimentícios e de higiene pessoal, superando, portanto, um estilo mais tradicional de atuação e se avizinando do que vem sendo delineado enquanto tendência e demanda de consumo nesse segmento. Além dessa vertente destaca-se a presença de franquias.

Ainda no tocante aos elementos de mudança, registrou-se a ocorrência de muitas lojas de produtos importados, geridas em sua grande maioria por chineses que comercializam produtos de baixa qualidade a um preço reduzido, muitos dos quais alimentando o comércio de imitação que ganha espaço nas práticas de consumo da população.

Considerando esses elementos descritivos, fica patente que a intensa dinâmica comercial do bairro do Alecrim merece ser enaltecida. Esse bairro continua a sediar a maior dinâmica comercial de Natal. É para lá que se acorre um fluxo importante de pessoas, bens e capitais, sobretudo, de caráter mais popular. À medida que a cidade cresceu, esse bairro foi perdendo expressão de seu uso residencial, que por sua vez deu lugar às atividades comerciais e tal dinâmica vem se mantendo e se refazendo conforme exposição acima.

Cidade Alta

O bairro de Cidade Alta, em conjunto com o do Alecrim, concentrou muito da função comercial da cidade no período posterior à Segunda Guerra Mundial. Com a saída dos militares norte-americanos da cidade, a Ribeira perdeu parte da dinâmica comercial outrora conhecida. Muitas empresas passaram a se instalar na Cidade Alta, dando uma vitalidade que jamais experimentara. Assistiu-se, nesse momento, ao adensamento comercial que ocorria na medida em que os moradores deste bairro iam estabelecendo residência em Tirol e Petrópolis, antes denominado de Cidade Nova, originalmente projetado para compor o modelo de cidade racional e planejada.

Enquanto o Alecrim se firmou como bairro comercial direcionado para um público de menor poder aquisitivo, o comércio da Cidade Alta se consolidou com a prerrogativa de atender um público de maior poder aquisitivo. Assim, as práticas sociais aí estabelecidas, foram demarcando espacialmente esses

bairros. Certamente, por esse motivo o bairro de Cidade Alta foi atingido mais intensamente, pela descentralização espacial da atividade comercial que estava ocorrendo na cidade, haja vista que as novas centralidades comerciais apresentavam uma proposta de relevante interesse para esse público, enquanto o comércio do Alecrim permaneceu e foi se consolidando, cada vez mais, em sua dinâmica.

A partir da década de 1970, o bairro de Cidade Alta passou a experimentar uma proposta de modernização da atividade comercial, abrigando estabelecimentos comerciais de maiores dimensões e diversificando a oferta de produtos e serviços. Na primeira metade da década de 1970, por exemplo, a loja Lóbrás (1975) era o único estabelecimento comercial da cidade com escada rolante e sinônimo de moderno, atraindo um público bem aquinhoado e valorizando a função comercial desse bairro. Nas duas últimas décadas, outras lojas de departamento, bem como de eletrodomésticos foram inauguradas. São exemplos de lojas de departamento instaladas: Lojas Americanas, Riachuelo, Marisa, C&A, Rio Center e, mais recentemente, Renner e a Leader.

Dessa época marcada pelo protagonismo dos bairros Cidade Alta e Ribeira na dinâmica comercial da cidade, permanece, nos dias atuais, poucos estabelecimentos de gestão familiar, dentre os quais merece destaque: o Café São Luiz e a Manchete Calçados (loja sede). Esses estabelecimentos continuam a atender a clientela que deu sentido e significado a sua atividade. Resistentes, eles permanecem sem a dinâmica auferida no passado e atraem um público que se desloca de bairros próximos e mais distantes.

Na década de 1990 e na primeira década do século XX, o bairro viu chegar importantes lojas de departamento¹⁵ como Riachuelo, C&A, Marisa, Renner, Leader, bem como lojas de eletrodomésticos de grandes redes, a exemplo do ocorrido no Alecrim.

Contribuíram para um maior fluxo, outras atividades centrais, como serviços públicos, escolas e entidades sociais. Dos órgãos públicos, vale mencionar a Prefeitura do Natal, o Instituto Histórico e Geográfico e a Assembleia Legislativa.

¹⁵ Lojas que possuem grandes áreas de venda, que comportam uma divisão global em departamentos e oferecem uma ampla variedade de linhas de produtos (SANTOS, 2011).

Mesmo que se verifique a concentração dessas atividades centrais, o comércio dessa área decaiu nos últimos anos, um impacto que está estreitamente relacionado ao surgimento de novas formas comerciais como já discutido neste texto.

Conforme relato de uma entrevistada, proprietária de salão de beleza, estabelecida no bairro há 22 anos, a abertura de *shopping centers* na cidade, teve um maior impacto na Cidade Alta, tendo em vista que esses novos empreendimentos reuniam todas condições de atração, antes ofertadas pela Cidade Alta, com o adendo do conforto e comodidade de um espaço climatizado e com estacionamento.

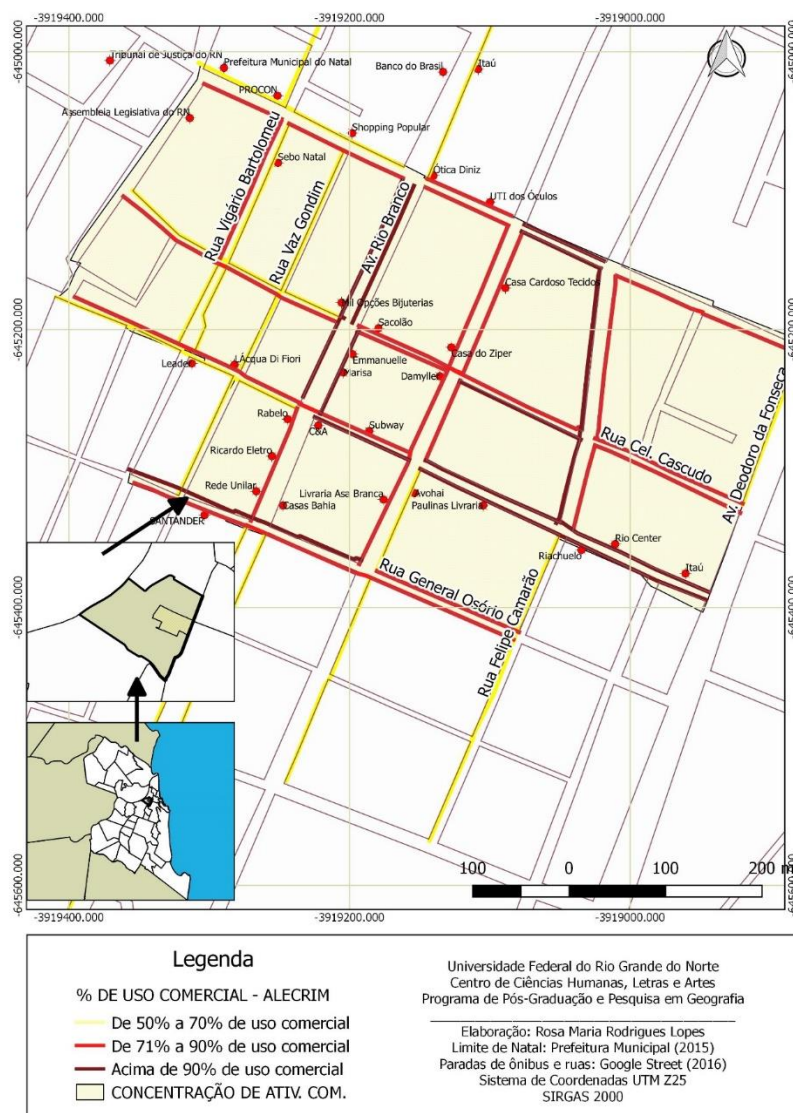
Desde então, segundo a entrevista:

a Cidade Alta passou por importantes mudanças que o levaram a se enquadrar em um perfil mais popular de comércio. Isso porque originalmente, o comércio do bairro atendia à população de Natal de maior poder aquisitivo que se dirigia ao centro da cidade para fazer as compras e utilizar os principais serviços (ENTREVISTA A, 2015).

Para a empresária, os *shopping centers* atraíram o público mais abastado de Natal, apontando, portanto, para a formação de novas centralidades comerciais no âmbito da cidade. Considerando a popularização dos serviços de beleza nas últimas décadas, a empresária, que no início tinha uma certa exclusividade, se viu impelida a encaminhar estratégias de gestão para se manter e crescer no mercado. Diante disso, observou uma gradativa mudança de público-alvo que passou a se caracterizar como aquele mais popular por apresentar como interesse prioritário o preço. Muitos dos seus clientes são transeuntes que estão utilizando os equipamentos comerciais e de serviços do bairro. Nas proximidades de seu estabelecimento comercial é possível observar a presença de muitos outros salões de beleza que concorrem de forma acirrada, fazendo uso, principalmente, de valores promocionais que são divulgados em cartazes afixados na parte externa e internas dos estabelecimentos e corroborando com o quadro de distribuição concentrada de segmentos comerciais verificado em outras partes do bairro e com o perfil popular do consumidor que tem como preocupação central, o preço e não necessariamente a qualidade do produto ou serviço.

Com a perda de atratividade nos últimos anos, a área de influência majoritária da atividade comercial se limitou às ruas Ulisses Caldas, Vigário Bartolomeu, Coronel Cascudo, João Pessoa, Felipe Camarão, Princensa Isabel, Heitor Carrilho/General Osório e Avenida Rio Branco. Essa área tem mais de 50% de uso comercial, sendo a maior concentração (mais de 90%) em trechos das ruas: Ulisses Caldas, Felipe Camarão, João Pessoa, Heitor Carrilho/General Osório e Avenida Rio Branco (mapa 6).

Mapa 6 – Cidade Alta – delimitação de área comercial.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

É exatamente nesse espaço onde estão as maiores lojas, consideradas lojas âncoras, que juntamente com os bancos, garantem a atração de uma gama de outros estabelecimentos comerciais de pequeno porte como

lanchonetes, restaurantes, e pequenas lojas de vestuário, calçados e acessórios.

Ademais é nesse espaço que se encontra o Shopping Popular, criado para alocar grande parte dos comerciantes que se fixavam nas calçadas do bairro. O espaço concentra ainda, um grande número de estabelecimentos provenientes de franquias como as descritas no capítulo 1¹⁶ deste trabalho. Esse tipo de comércio marca um novo momento da modernização da atividade comercial e denota que a expansão urbana da cidade, acompanhada da descentralização espacial, modernização e diversificação da atividade comercial não relegou ao comércio do bairro, uma situação de estagnação e/ou declínio. Acompanhando as tendências de mercado, em um ritmo próprio, o comércio deste bairro, bem como dos demais da área de estudo, foi se refazendo, se reinventando, fato que explica sua sobrevivência, mesmo que não tão intensa como no passado, destacadamente no caso da Ribeira.

Uma característica que ficou patente, tanto nos registros empíricos, como nos relatos de alguns comerciantes é o fato do bairro ter abrigado nos últimos anos muitas atividades de serviços. A Cidade Alta conta com alguns edifícios e galerias que comportam nos andares superiores um adensamento de atividades de serviços, sobretudo, de escritórios imobiliários, de contabilidade, de advocacia e de planos de saúde. Dentre esses edifícios, merece destaque: Centro Comercial João Pessoa, Edifício Mendes Carlos, Edifício Sisal, a Galeria Princesa Isabel e a Barão do Rio Branco.

Conforme relato dos comerciantes entrevistados, as mudanças do comércio nos últimos anos, estão relacionadas ao aumento de atividades ligadas aos serviços, a permanência e instalação de novas lojas de departamento no ramo de vestuário e eletrodomésticos e franquias comerciais, bem como a instalação de lojas de produtos importados, que, seguindo o exemplo do Alecrim, são, em sua maioria, gestadas por chineses.

Assim como no Alecrim, o comércio de produtos importados, principalmente produzidos na China, tem crescido bastante na Cidade Alta, caracterizando em muito, a dinâmica dessa atividade nesses dois bairros. De

¹⁶ Avohai, Couro Fino, Colombo, Schalk, Gato e Sapato, Danyller, Ecológica, Havaianas, Lojas Emanuelle, O Boticário, Lacqua de Fiori, Chlorophylla, Farmafórmula e Subway.

caráter repetitivo como denomina Santos (2016) em sua tese de doutorado que trata sobre a produção do espaço comercial em Feira de Santana/BA, esse tipo de comércio se popularizou em decorrência de uma dimensão microssociológica relacionada a estratégias publicitárias que exploram a representação simbólica e imaginária, modificando o comportamento do consumidor que se rende ao desejo do consumo, baseados na imitação. Para o autor,

[...] a efemeridade da moda como a magia do parecer e, portanto, do imitar, constitui prova cabal, entre tantas outras, do momento atual, caracterizado pela forte programação e aceleração do consumo, o que aumenta a acumulação do capital, através da reprodução das relações sociais de produção pela via da repetição (SANTOS, 2016, p. 203).

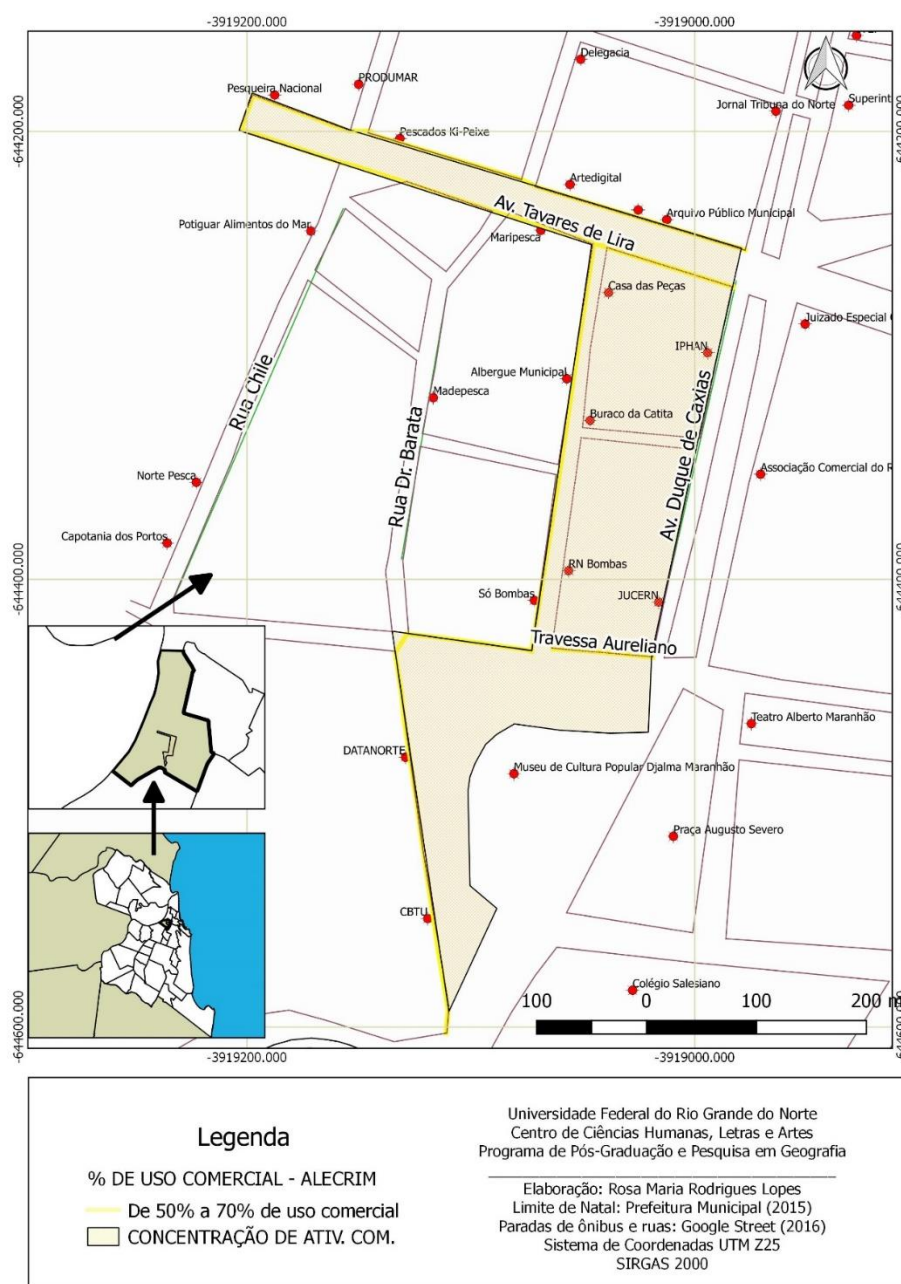
Esse tipo de comércio e, por extensão, essa prática de consumo não tem representação no bairro da Ribeira que declinou de forma expressiva nas cinco últimas décadas conforme discutido na sequência.

Ribeira

A dinâmica comercial do bairro da Ribeira, perdeu a intensidade assistida por ocasião do término da Segunda Guerra Mundial, como já discutido, e na esteira das mudanças vivenciadas na cidade com a expansão do seu tecido urbano, acompanhada das mudanças no mundo do comércio e do consumo, perdeu ainda mais esse uso, fato que vem comprometendo, crescentemente, essa vitalidade comercial.

As ruas e avenidas do bairro que ainda concentram um uso comercial com percentual acima de 50% em alguns trechos, são apenas 3: a Avenida Duque de Caxias com extensão da Praça Augusto Severo, a Avenida Tavares de Lira e a Rua Câmara Cascudo (mapa 7).

Mapa 7 – Ribeira – delimitação de área comercial



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

A primeira delas, se configura como um corredor que corta o bairro, interligando-o com os bairros vizinhos (Cidade Alta e Rocas). Esse corredor viário tem um maior uso comercial nas proximidades do antigo terminal rodoviário (espaço incorporado à Praça Augusto Severo), onde é possível encontrar alguns estabelecimentos de restauração, muitos dos quais utilizados diariamente por trabalhadores e usuários de muitos serviços públicos sediados no bairro, que fazem uso de transportes urbanos com parada nesse local.

A Avenida Tavares de Lira está disposta em um sentido perpendicular à avenida anteriormente citada e se configura no principal acesso ao Porto da cidade. É exatamente nesse trecho que é possível encontrar uma maior concentração de comércios de pescados bem como de produtos e utensílios para a prática da pesca e de assistência às atividades de desenvolvidas no porto, além de um comércio de alimentação que assiste a essa demanda de pessoas que utilizam esse espaço para o trabalho e para o consumo.

Sendo a rua mais próxima dessas duas avenidas, a Câmara Cascudo se configura como uma extensão dessas duas avenidas, congregando atividades comerciais ligadas, principalmente, à peças e ferragens.

Além dessas atividades, os usos geradores de fluxos ainda existentes no âmbito do bairro, dizem respeito, também, às atividades desenvolvidas em órgãos da administração pública, bem como à atividade portuária. Os órgãos públicos presentes no bairro são: a Companhia Brasileira de Trens Urbanos (CBTU), a Junta Comercial do Rio Grande do Norte (JUCERN), o Juizado Especial Cível e Criminal, a Fundação PROCOM, a sede da Delegacia Regional do Trabalho (DRT/RN); a Central de Atendimento ao Contribuinte da Receita Federal, o Instituto Técnico-Científico de Polícia (ITEP/RN), o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), Secretaria de Informática do Tribunal de Justiça do RN, Arquivo Público Municipal, Superintendência Regional do Trabalho, Capitania dos Portos do RN, Ministério da Fazenda, Ministério da Agricultura, Terminal de Passageiros do Porto de Natal, Pecuária e Abastecimento e a Companhia de Docas do Rio Grande do Norte (CODERN). O comércio da Ribeira atende à demanda de usuários e trabalhadores desses órgãos, bem como das atividades náuticas e de pesca.

Além desse fluxo, verifica-se, ainda, uma relativa vida noturna que se resume ao funcionamento de alguns bares, restaurantes e algumas atividades culturais que se realizam dentro de uma agenda cultural, ou esporadicamente, mas que animam esses espaços no período noturno, destacadamente, nos finais de semana. Nesse sentido os empreendimentos e equipamentos culturais que merecem destaque são: o Teatro Alberto Maranhão e o Centro Cultural Casa da Ribeira além de equipamentos tais como: Buraco da Catita (Rua Câmara Cascudo) e Ateliê Flávio Freitas (Avenida Duque de Caxias).

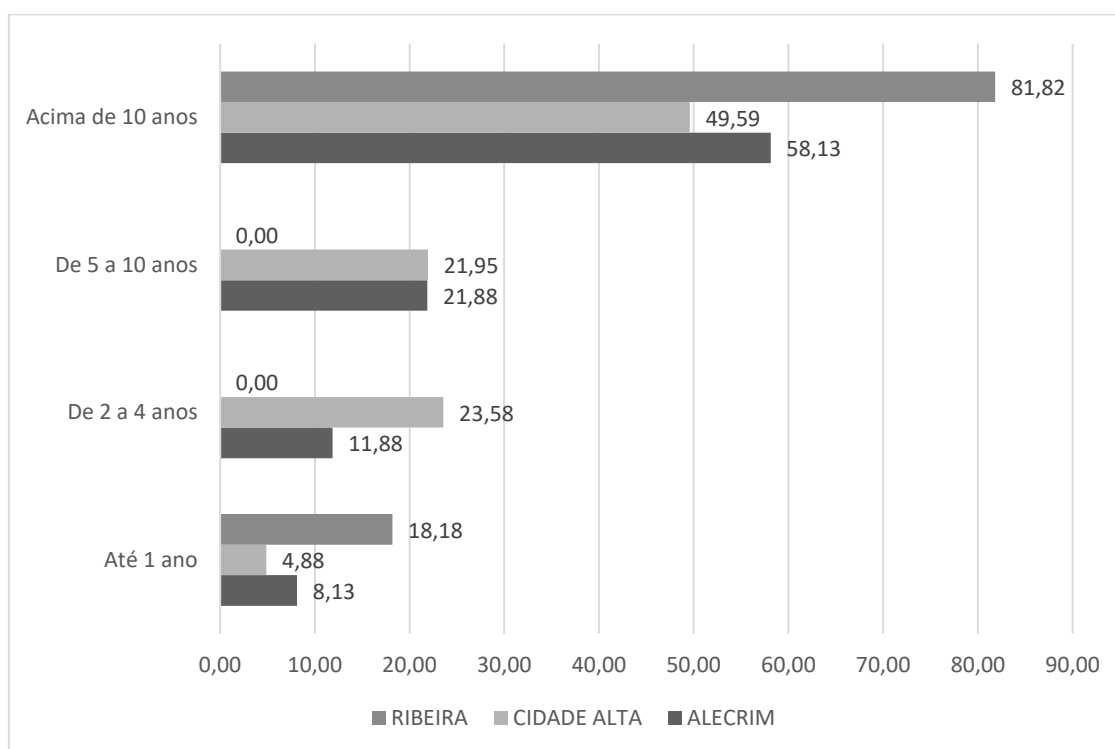
A atividade comercial nesse bairro é composta, assim, por pequenos estabelecimentos de alimentação e por estabelecimentos de serviços direcionados ao ramo naval e de pesca, além de duas agências bancárias, sendo uma do Banco do Brasil e outra da Caixa Econômica Federal. Nota-se, no bairro, muitos prédios de valor histórico e patrimonial para a cidade, abandonados e degradados, além de muitos antigos estabelecimentos comerciais com suas atividades encerradas.

Esse cenário se agravou com a transferência do terminal rodoviário para o bairro de Cidade da Esperança. O antigo terminal passou por uma reforma, sendo utilizado na atualidade por alguns poucos estabelecimentos que comercializam refeições rápidas, uma central de venda de passagem de ônibus e um Museu de Cultura Popular Djalma Maranhão.

Tomando como referência essa leitura, até o presente exposta, fica patente, a aproximação com a afirmação de que existe, nos dias atuais, uma dinâmica comercial nessa área de que deu sentido à formação inicial da cidade. Historicamente essa dinâmica vem se refazendo, sua intensidade não é mais a mesma do início do século XX, do pós Segunda Guerra Mundial e muito menos após a década de 1990 quando a cidade conheceu outros espaços dinâmicos, inspiradores de novas centralidades. Ao se refazer, esses espaços assumiram novas características que estão presentes, formando uma simbiose com a marcas do passado.

Das permanências identificadas, além das marcas na paisagem testemunhadas pelos antigos estabelecimentos comerciais que se consorciam ao edificado que abrigou no passado usos diversos, tem-se um pequeno comércio que, em sua maioria está estabelecido a mais de 10 anos (ver gráfico 16).

Gráfico 16 – Área em estudo - Tempo de comércio no bairro.



Fonte: Pesquisa de campo (2017).

No bairro da Ribeira, identificou-se uma permanência de tempo mais alargada dos comerciantes entrevistados (81,82%). A leitura dessa informação está atrelada, dentre outros fatores, como um perfil de comércio mais tradicional, às poucas mudanças vivenciadas pelo bairro no decorrer das últimas décadas, denotando, portanto, uma dinâmica urbana menos intensa se relacionada aos bairros do Alecrim e Cidade Alta.

Por outro lado, um contexto espacial de maior vitalidade, consorciado a um comércio varejista, de pequeno porte e de gestão familiar, indica, por outro lado, conforme já discutido no primeiro capítulo, que sua manutenção é, muitas vezes comprometida, tendo em vista a ausência de capital de giro e de conhecimentos prévios de mercado e de gestão, agravado em momentos e ambientes de instabilidade econômica. Assim, é comum encontrar muitos estabelecimentos com menos de 4 anos de atuação, que são considerados alvos de muitas intervenções de instituições como o SEBRAE.

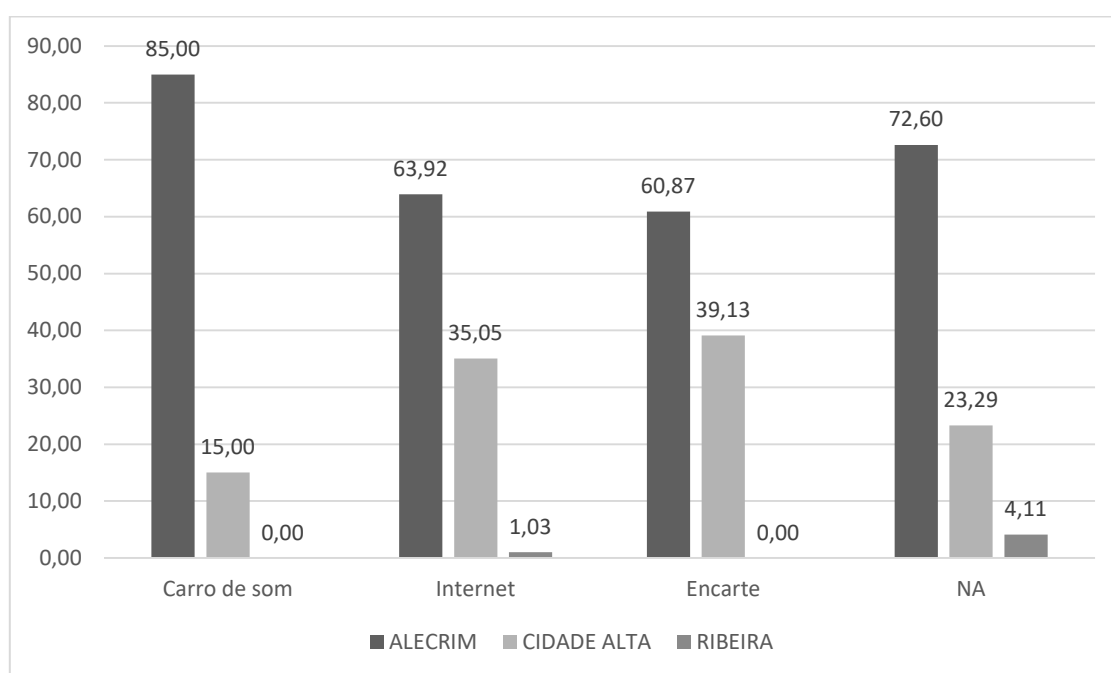
Certamente, o fato de se ter como resultado, relativamente baixo, de 20,01% dos entrevistados estão a menos de quatro anos no bairro do Alecrim, e 28,46% no bairro de Cidade Alta, indica a intensidade desses bairros do

ponto de vista da atividade comercial, com destaque para o Alecrim que conta com um percentual ainda menor. Como os impactos das novas centralidades no contexto urbano, foram mais acentuados no bairro de Cidade Alta, é justificável uma maior rotatividade o que denota menos tempo de fixação dos comerciantes locais.

Outra prática indicativa dessa dinâmica diz respeito ao uso da publicidade para incentivo ao consumo. Conforme já discutido, o consumo que tem assumido um lugar de destaque nas relações de venda, tendo o *marketing* se colocado um importante papel. Uma das estratégias que denota uma melhor adequação ao mercado, é o uso da divulgação de seu produto ou serviço em veículos de comunicação intensamente apropriados pelo público alvo do consumo. O que tem se destacado, nesse contexto, é o uso da internet.

Muito embora, tenha se constatado que uma parcela considerável dos entrevistados não faz uso de estratégia de divulgação, ultrapassando o percentual de 80,00% dos entrevistados no bairro da Ribeira, os que utilizam este recurso, mencionaram: internet, carro de som e encarte, sendo esse primeiro canal, o mais utilizado nos três bairros (gráfico 17). Nesse quesito, vale um destaque para o bairro do Alecrim

Gráfico 17 – Área em estudo – Meio de divulgação mais utilizado.



Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Muitos proprietários de pequenos estabelecimentos relataram fazer uso da internet através de páginas virtuais gratuitas para realizar a divulgação de seu produto e/ou de sua marca, das quais a mais mencionada foi a rede social do *facebook*. Esse tipo de veículo foi mais citado entre os comerciantes do Alecrim (63,92%), muito embora, o veículo mais utilizado nesse bairro seja o carro de som (85,00%). Seguindo a tendência, Cidade Alta foi o bairro onde se constatou, entre os comerciantes entrevistados, o maior uso da internet (35,05%) e na Ribeira, somente dois comerciantes dos 11 entrevistados, relataram utilizar alguma estratégia de divulgação, sendo essa, o uso da internet. Um realce ao uso da internet como estratégia de *marketing* se faz necessário, tendo em vista que se configura como importante indicativo da modernização da atividade comercial.

Com muita facilidade constata-se a utilização do carro de som como estratégia de *marketing* no bairro. No decorrer do dia, especificamente do horário comercial, são muitos os carros que estão fazendo essa prestação de serviço. Conforme será discutido mais a frente, essa prática contribui de forma significativa para a intensa poluição sonora verificada no bairro. Se por um lado essa estratégia é vista como positiva pelos comerciantes que garantem o aquecimento nas vendas com sua utilização, por outro, é negativa, haja vista a desaprovação por muitos consumidores. Na Cidade Alta essa prática não se efetiva na mesma intensidade e na Ribeira acontece somente de forma pontual.

O uso de encartes foi também bastante mencionado, principalmente no Alecrim. Além de serem disponibilizados no próprio estabelecimento, esses encartes com anúncios promocionais são distribuídos nas proximidades dos estabelecimentos aos transeuntes, muitos dos quais acabam dispensando nas vias públicas exacerbando a problemática da poluição por resíduos sólidos que se associam ao lançamento de esgotos à céu aberto (figura 27).

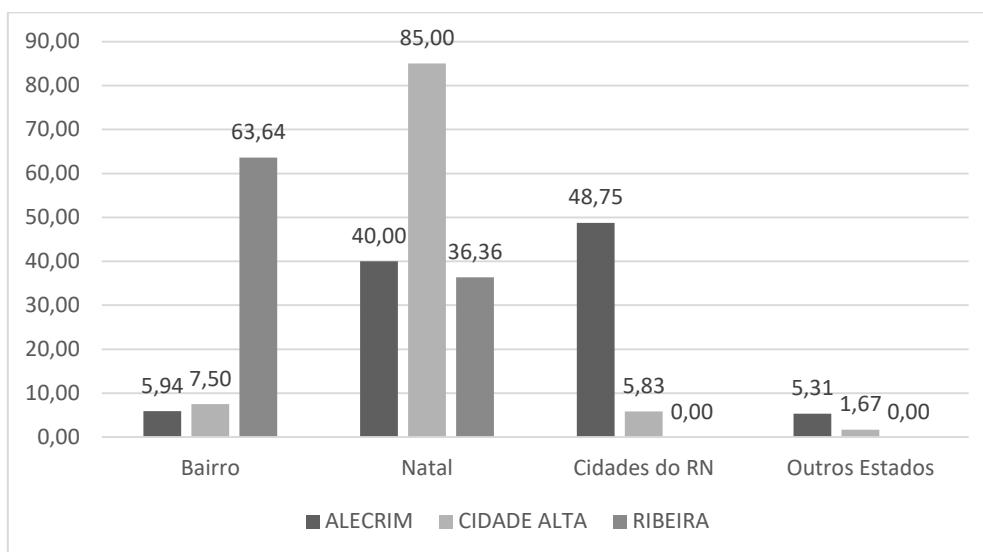
Figura 27 – Alecrim – poluição por resíduos sólidos e líquidos.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

Outro elemento que compõe a dinâmica que esses bairros ainda detêm, é a origem dos consumidores. Diferente de um comércio que tem sua relevância devida ao público que reside em suas proximidades, exercendo, portanto, um poder de atração em escala mais limitada, como é o caso do comércio tido pela literatura, como de proximidade, esses bairros, com destaque, mais uma vez para o Alecrim, exercem um poder de atração em escalas mais abrangentes, se estendendo, inclusive para uma perspectiva urbanorregional (gráfico 18).

Gráfico 18 – Área em estudo – Origem dos consumidores.



Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Segundo descrição dos entrevistados, no Alecrim, quase metade dos consumidores (45,95%) são oriundos da própria cidade. No entanto, também, é frequente consumidores de outras cidades do Rio Grande do Norte, fato que reforça o papel de expressão que o comércio desse bairro mantém, inclusive, extrapolando os limites do município. Como o bairro conta com muitos estabelecimentos comerciais que além de comercializarem no varejo, comercializam no atacado, muitos pequenos comerciantes do interior do estado se deslocam periodicamente ao Alecrim, para adquirir os seus produtos.

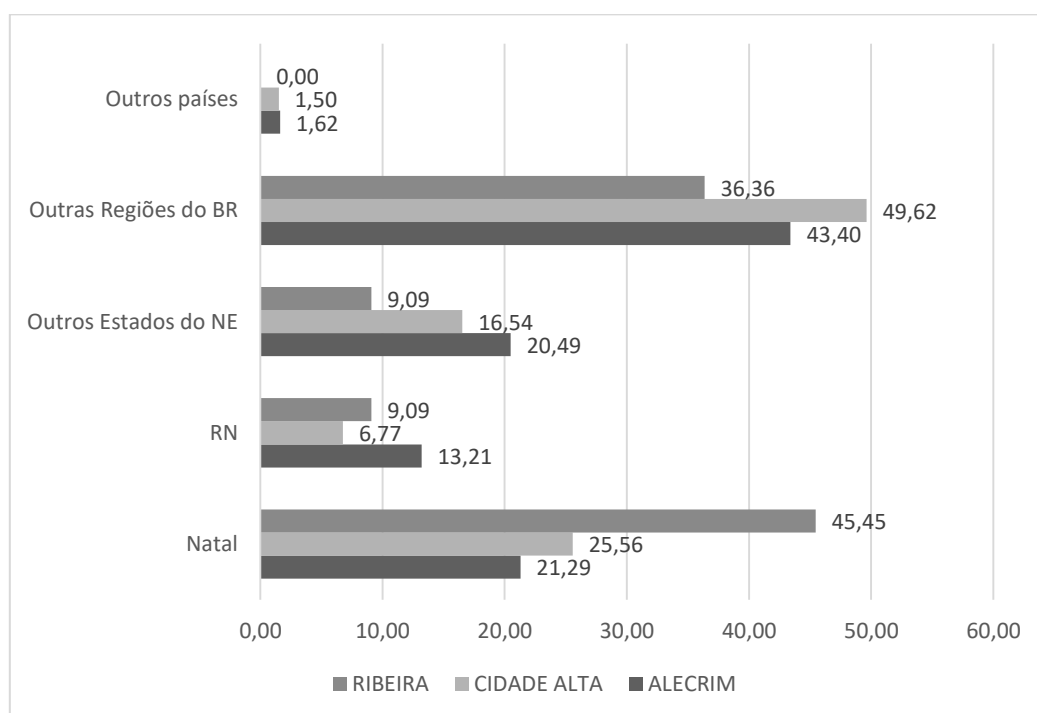
O comércio da Cidade Alta apresenta um poder de abrangência geográfica menor, tendo em vista que 85,00% do público consumidor é originário da própria cidade. Essa lógica é ainda mais patente para o caso da Ribeira que não registrou poder de atração que extrapolasse os limites municipais, atraindo, grande parte do público do próprio bairro (63,64%). Tal fato, confirma a relevância que o comércio exprime em cada um desses bairros, mostrando, inclusive, o insignificante alcance geográfico verificado no comércio da Ribeira, fato que o aproxima da compreensão do comércio de proximidade, que pressupõe uma abrangência restrita à vizinhança, tendo em vista sua proximidade física. Segundo Barreta (2012), além da proximidade física esse tipo de comércio apresenta funções social, cultural e patrimonial, dada a relação estreitada entre o consumidor e o comerciante. Muitas vezes, essas características se associam a um perfil de comércio de pequeno porte, gestão familiar, que pouco se utiliza de estratégias inovadoras de gestão e

marketing, como é o caso do perfil tradicional de comércio. Ao se aproximar dessas características, certamente o comércio da Ribeira passa a ser definido como o mais conservador e tradicional das três áreas estudadas.

Outra característica tomada como base para a compreensão da dinâmica relacionada ao comércio dos bairros em estudo, foi a origem da aquisição da mercadoria. Muitos empresários do Alecrim (43,40%) e, sobretudo da Cidade Alta (49,62%) relataram adquirir produtos de diversos outros centros distribuidores fora do Nordeste (gráfico 19). Somente na Ribeira que boa parte dos comerciantes entrevistados (45,45%), alegaram adquirir os produtos da própria cidade. Certamente, deve-se ao fato de ser um comércio preponderantemente de lanchonetes e pequenos restaurantes, além de pescados de produção local.

Os centros distribuidores mais citados pelos entrevistados foram: 25 de Março e Brás em São Paulo; Santa Cruz do Capibaribe, Toritoma e Caruaru, em Pernambuco, Beco da Poeira e Monsenhor Tabosa, no Ceará. Vale destacar que os comerciantes que mais se deslocam para adquirir seus produtos são do ramo do vestuário. Os comerciantes que trabalham com outros tipos de produtos, contam, em grande parte com aquisição de produtos no comércio virtual, bem como adquirem por intermédio de representantes comerciais.

Gráfico 19 – Área em estudo – Local de aquisição dos produtos.



Fonte: Pesquisa de campo (2017).

Todos esses fatores que evidenciam uma vitalidade comercial, e por extensão urbana, que em maiores ou menores proporções são indicativos de uma dinâmica ainda em processo na área em estudo que reforçam essa atividade não podendo passar despercebida pelos seus diversos agentes.

Como já discutido, no contexto que abarca toda a dinâmica urbana, essa área tradicional de comércio foi secundarizada na escolha de muitos habitantes de Natal, em detrimento das novas centralidades comerciais que ganharam ênfase a partir da década de 1990. Sob os auspícios de uma proposta moderna, importada de países norte-americanos e europeus, essas novas centralidades incentivaram novas práticas de consumo que foram capazes de retirar do centro tradicional de comércio, a primazia verificada até então. Esse fato se agravou não somente em decorrência da presença das novas formas comerciais em outras áreas citadinas, mas também, em razão das poucas amenidades ofertadas por essa área de comércio, se comparadas aos novos espaços que foram alvos de inúmeras intervenções e que os dinamizaram.

Assim, falar de movimento, vida, força, intensidade de um uso como o comercial, é também compreender seu resultado no espaço, nem sempre positivo. Com base nas muitas observações empíricas, mas também, nos

relatos de comerciantes, identificou-se uma série de problemáticas que são facilmente identificadas, sendo as mais mencionadas, por ordem de gravidade: a ausência ou insuficiência de estacionamentos, a falta de manutenção de vias e praças públicas, a insegurança e a deficiência em iluminação (tabela 10).

Tabela 10 – Área de estudo - Fatores que desfavorecem o comércio no bairro.

Problemática	Número de vezes mencionada			Colocação
	Alecrim	Cidade Alta	Ribeira	
Falta ou insuficiência de estacionamento	229	95	5	1º
Insegurança	151	93	9	2º
Falta ou insuficiência na manutenção das ruas e praças	56	46	7	3º
Falta ou insuficiência de iluminação	33	36	2	4º
Outras	7	2	0	5º

Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

Os bairros do Alecrim e da Cidade Alta são os mais impactados pela problemática relacionada à insuficiência ou ausência de estacionamento em alguns trechos. Como o bairro da Ribeira já não apresenta um contexto de intenso fluxo de pessoas como seu passado denota, essa problemática não foi a mais mencionada pelos entrevistados que citaram mais a insegurança e ausência de manutenção das ruas e praças.

No Alecrim, as questões relativas à disponibilidade de estacionamento são constantes. O bairro conta com importantes corredores viários que são intensamente utilizados no transcorrer no horário comercial, fato que gera um excesso de demanda facilmente propulsora de engarrafamentos e práticas irregulares por parte de motoristas e pedestres. Associado a isso, as ruas e avenidas se estreitam com a utilização de parte delas como estacionamento, haja vista, a insuficiência de espaços destinados a esse uso. Ademais, como muitas empresas não oferecem vagas de estacionamento para seus clientes, resta como opção, utilizar as vias públicas e pequenos estacionamentos privativos, muitos dos quais espalhados por todo bairro. Consorciada a essa

prática, alguns lojistas privatizam o espaço público, demarcando-o como estacionamento particular para veículos de uso próprio, dos clientes e/ou para carros que transportam e distribuem suas mercadorias.

Tanto a problemática do trânsito como do estacionamento se intensificou nos últimos anos, na cidade como um todo. Isso se deveu ao elevado aumento na frota de veículos particulares, reflexo da sensível melhoria no aumento do poder de compra da população, associado a uma política de incentivo ao consumo de bens duráveis com a redução do IPI e a facilidade de acesso ao crédito, conforme discutido no primeiro capítulo deste trabalho. Segundo dados do DETRAN/RN, o número de veículos aumentou de 179.451, em 2005 para 368.777, em 2015, o que representa um aumento de 171,1% (RIO GRANDE DO NORTE, 2017), quando o aumento populacional foi de 14,6%. Em 2005, a proporção era de um veículo para cada quatro habitantes, passando para uma proporção de um veículo para cada duas pessoas, em 2015 (EM..., 2016).

O segundo elemento mais destacado no desfavorecimento do comércio dos bairros, foi a insegurança. No caso da Ribeira, essa foi a problemática mais mencionada pelos comerciantes entrevistados. A vitalidade desses bairros, se processa no espaço temporal que compreende o horário comercial, das 08h – 18h, segunda a sexta e das 08h às 15h aos sábados. Contudo, a partir das 17h muitos comércios encerram suas atividades, especialmente nos bairros do Alecrim e Cidade Alta, dando início a um esvaziamento diário, restando aos espaços públicos, além da sujeira acumulada no decorrer do dia, as situações sugestivas de perigo que são enfatizadas pela ineficiência e, em alguns trechos, ausência de iluminação, além da ausência de um policiamento preventivo. Segundo relato dos comerciantes, mesmo em horário de maior fluxo esse policiamento é inexistente, o que deixa comerciantes e consumidores bastante vulneráveis e torna comum a ocorrência de pequenos furtos, bem como de arrombamentos e furtos de veículos.

Outro elemento responsável por desfavorecer o comércio do bairro é a falta de manutenção de vias e praças públicas. É comum a ocorrência de ruas esburacadas, com acúmulo de sujeira e esgoto a céu aberto, além de praças depredadas e sem segurança e iluminação. Os bairros do Alecrim e da Cidade Alta que contam com ruas e avenidas de intenso de fluxo de veículos e pedestres, não são assistidos, de forma sistemática, por uma manutenção que

viabilize o seu uso sem maiores transtornos. As iniciativas são pontuais e, segundo relato geral dos comerciantes do Alecrim, diante da ausência do poder público, os próprios empresários se responsabilizam pelos reparos em algumas situações que prejudicam muito fortemente os seus negócios.

Ratificando essa problemática da falta de manutenção dos espaços públicos, tem-se a conjunção de outros fatores como a deficiência nos serviços de segurança e de iluminação. Após o período de intenso fluxo respaldado pela dinâmica comercial desses espaços, que coincide com o período noturno, muitas áreas mal iluminadas ou sem iluminação alguma, se tornam vulneráveis, em termos de segurança, para as pessoas que transitam por elas.

Conforme a pesquisa empírica foi sendo executada, identificou-se mais algumas problemáticas referentes às poluições visual e sonora; a ocupação de calçadas e canteiros e a ausência de acessibilidade arquitetônica.

As poluições visual e sonora compõem a paisagem do bairro, com destaque para o quadrilátero de maior intensidade comercial nos bairros do Alecrim e Cidade Alta. Essas problemáticas foram pouco mencionadas no decorrer das entrevistas, contudo, se fazem presentes na realidade desses bairros, aparentando compor, de forma inexorável, sua dinâmica comercial, com maior ênfase no bairro do Alecrim. Nesse sentido, frente à qualidade ambiental que delineiam outras centralidades comerciais da cidade, entende-se que são prerrogativas que contribuem para exclusão de uma parcela considerável do público citadino, afinal um ambiente poluído do ponto de vista visual e sonoro, não se caracteriza como atrativo para uso.

A poluição visual se materializa na falta de padronização de fachadas, excesso de informações em placas, postes, *outdoors*, *banners*, cartazes e carros que se associam à degradação resultante de pichações, do excesso de fios transmissores de energia e internet e do próprio acúmulo de resíduos sólidos e líquidos. A poluição pode ser encontrada em todos os espaços, destacadamente, das áreas mais intensamente utilizadas. Essa situação se complica com a pouca disponibilidade de lixeiras públicas, a insuficiência no serviço de limpeza e as práticas inadequadas tanto de consumidores como de comerciantes que dispensam restos de alimentos e embalagens nas vias públicas. Enquanto isso, a poluição sonora é amplamente representada por práticas tais como: o uso de carro de som que circulam pelos bairros,

sobretudo no Alecrim, com anúncios promocionais das lojas, gritos de vendedores e barulho do trânsito conturbado.

Por último, mas não menos relevante no contexto das problemáticas, faz-se importante destacar a ocupação irregular de calçadas e canteiros e a ausência de acessibilidade arquitetônica, dificultando o trânsito de pedestres. Esses pontos se caracterizam em barreiras para o ir e vir de pessoas, causando um transtorno que cada vez mais se acentua, especialmente, para pessoas com algum tipo de deficiência física, idosos, gestantes e crianças. O espaço comercial do Alecrim, é composto por calçadas desniveladas, poluídas e ocupadas por vendedores que se fixam em barracas no decorrer do dia, bem como por vendedores ambulantes que se fixam, também, em vias públicas de intensa circulação de veículos (figura 28). Ademais esses espaços não possuem rampas de acesso, nem estacionamento para pessoas com dificuldade de deslocamento, exasperando ainda mais o rol de elementos que concorrem para a perda de atração desse espaço.

Figura 28 – produtos dispostos na Av. Presidente Bandeira e vendedor ambulante comercializando pelas ruas da cidade com utilização de motocicleta.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

Na Cidade Alta esses fatores também se acentuaram ao longo do tempo. Contudo, diferente do Alecrim, as problemáticas não são tão intensas,

tendo em vista, que sua estrutura comportou, historicamente, um público mais exigente que acabou por demandar uma atenção mais pormenorizada em relação aos aspectos urbanísticos. Não se pode afirmar que houve um planejamento no sentido do urbanismo comercial, mas algumas intervenções pontuais permitiram melhorar os aspectos paisagístico do bairro. À título de exemplo, tem-se o fechamento de uma parte da Rua João Pessoa para o trânsito de pedestre, a organização do trânsito, com faixa exclusiva para transporte público e uma maior limpeza e manutenção das ruas.

Na Ribeira, um dos fatores que denota uma maior perda de atratividade, está relacionado com a degradação do edificado, especialmente por se tratar de um conjunto de prédios de significativo valor histórico e patrimonial que no passado sediaram importantes armazéns, cafés, restaurantes e lojas. Esse conjunto patrimonial encontra-se, em grande parte degradado e/ou subutilizado, mas que poderia ser aproveitado com novos usos de forma a contribuir com a manutenção e revitalização desse bairro. Juntamente com a Cidade Alta, a Ribeira compõe a delimitação de Área Especial de Interesse Histórico, dado o rico patrimônio histórico que esses espaços sediam.

Todos esses elementos supracitados apresentam um impacto importante na perda de atratividade dessa área tradicional de comércio, especialmente, por tratar-se de uma área histórica, com edifícios antigos e sem preservação, acúmulo de sujeira nas ruas, o uso do espaço dado por práticas sociais pouco salubres, ruas estreitas e sem planejamento, com destaque para o bairro do Alecrim que cresceu, conforme, já relatado no capítulo anterior, de forma espontânea, sem ter figurado nenhum tipo de planejamento do ponto de vista do ordenamento territorial. Isso tudo torna o espaço pouco atrativo, para um público mais exigente, levando muitos desses consumidores a procurar outras áreas comerciais melhor planejadas, do ponto de vista urbanístico e com uma estrutura de comércio bem apresentada, formatando uma estrutura de espaço de consumo, igualmente, relevante na composição da paisagem e na reprodução social contemporânea o que adiciona prazer na vivência urbana e coloca o consumo como ponto de destaque dessa experiência. Esse é o caso de demais centralidades urbanas de natureza comercial, descritas neste texto.

Por fim, o que se evidencia na leitura dessa dinâmica são transformações que marcaram a atividade comercial desses bairros, seja com

a chegada de novos estabelecimentos ou com as mudanças experimentadas no âmbito de negócios que sobrevivem, se refazem e se mantêm ao longo do tempo, se adequando às novas demandas de mercado. Em absoluto, o comércio não perdeu sua vitalidade (no caso da Cidade Alta e da Ribeira) porque estagnou, parou no tempo, se cristalizou. Muitas mudanças se processaram e continuam se processando, anunciando, inclusive, novas perspectivas a forjar outras vidas para o conjunto dessa área, desse centro tradicional de comércio.

4.2.2 “Muitas vidas tem um centro”: as perspectivas futuras

A dinâmica verificada na subseção anterior, como o proposto, se caracteriza como um indicativo do que está se processando no comércio em uma área que tradicionalmente o abrigou e em um contexto amplamente competitivo resultado da emergência de outras condições de centralidades que se firmaram em âmbito urbano, a partir da década de 1990.

O que se pretende enfatizar é que, esse comércio enfrenta muitos desafios, haja vista o alargado rol de possibilidades que se difundiram no espaço urbano de Natal nas últimas décadas. Seguindo uma tendência globalizada, essas mudanças resultam de transformações no mundo da produção e do consumo que embasaram uma sociedade com novas práticas sociais que se refletiram no espaço geográfico como dinâmicas que o transfiguraram, dando-lhe maior densidade e complexidade.

Certamente os desafios postos para esse espaço com uma função comercial historicamente consolidada, permitiram, como resposta, um se refazer necessário, para que a mesma continuasse a apresentar a dinâmica verificada na atualidade. Assim, tem-se um espaço que, tradicionalmente, abriga a atividade comercial, mas que apresenta uma dinâmica que se modifica ao longo do tempo. A área tradicional de comércio, tem hoje, um conteúdo diferente do que outrora o caracterizou.

A partir de justaposição à ideia de centro, considera-se que esse movimento/dinâmica, corrobora com o pensamento de Fernandes (2012) que salienta que o centro tem muitas vidas. Conforme destaca o autor,

pode considerar-se que as cidades conhecem vários centros, seja ao longo da história, seja em simultâneo, na atualidade ou num dado momento. Por outro lado, cada lugar onde se reúnem condições de centralidade, cada centro, tem uma dinâmica que, podendo ser marcada pelo aumento ou diminuição da sua importância relativa, é muito marcada também pela continuidade daquela parcela de cidade ao longo dos muitos anos que viveu, inserida na história da cidade (e refletindo a história / participando na história da sociedade), umas vezes mais central, outras vezes mais periférica (2012, p. 34).

Mesmo que sua discussão se remeta ao contexto português que tem uma construção histórica diferente das cidades brasileiras, bem como um tratamento mais eficaz no sentido da preservação de suas funções no centro das cidades, percebe-se que essa lógica perpassa, também, a realidade estudada. Prova disso é que, mesmo sem significativas intervenções, a dinâmica comercial do centro tradicional de comércio, se refaz, ainda que apresente cenários de menor vitalidade comercial, principalmente no tocante aos bairros de Ribeira e de Cidade Alta. Tal situação revela uma centralidade comercial que esse centro ainda mantém, mesmo detendo vários fatores de perda da atratividade, se comparada às demais centralidades da cidade.

Tendo como pressuposto a ideia de suas muitas vidas, buscou-se sistematizar um pouco do que esses espaços apresentam como tendência. Não se trata de uma prospecção estatística e sim de uma análise que se ampara nos cenários já anunciados, tanto do ponto de vista do poder público, como da iniciativa privada. O processo de construção desses diversos momentos da dinâmica dessas áreas já foi considerado neste trabalho, mas essa construção tem um conteúdo anunciador tratado na sequência.

A densidade do uso comercial que caracteriza o bairro do Alecrim, associado a todas as suas problemáticas, o colocam numa posição de destaque do ponto de vista da necessidade de se pensar em sua manutenção e/ou crescimento. Alvo de diversas intervenções pontuais, nenhuma foi suficiente para possibilitar mudanças estruturais de forma a tornar esse espaço mais atrativo, dada a sua relevância, tanto para o contexto local, como para o regional.

Para um futuro próximo, o que se tem programado e anunciado é a construção de um *shopping* nesse bairro. Conforme destaca o Entrevistado A. essa proposta já fora ventilada por diversas vezes, ao longo dos últimos anos.

Sem receber o apoio necessário do poder público, muitos grupos, dentre eles grupos estrangeiros, deixaram de empreender os investimentos. Somente em 2017, que foi dado conhecimento ao público em geral, de uma proposta de investimento de um grupo paulista.

Desde fevereiro de 2017 que a notícia compõe matéria dos veículos de comunicação do estado. Sendo capitaneada por um grupo empresarial de São Paulo (Grupo 25 Investimentos), o projeto prevê a construção de um centro comercial com proposta de *outlet*, Chamado “Outlet 25 Demais” (figura 29), com 380 lojas, distribuídas em 10 pavimentos e cerca de 1000 vagas de estacionamento. O novo empreendimento que conta com um investimento total de mais de 55 milhões, será construído na Avenida Presidente Bandeira, entre a Praça Gentil Ferreira e a Avenida Coronel Estevam, em frente ao atual camelódromo do Alecrim (GIOVANNI, 2017).

Figura 29 – Reprodução gráfica da fachada do Shopping Outlet 25.



Fonte: Alves (2017).

Conforme entrevista reproduzida no site Agora RN, e concedida pelo representante do grupo empresarial em Natal, Minás Aravanis, a pretensão é reunir um *mix* de lojas locais e grandes redes nacionais já conhecidas pelo público. Em sua fala destacou, também, a realização de estudos que apontam o bairro do Alecrim como de extrema capacidade para receber novos negócios,

ressaltando que “o Alecrim tem um cotidiano muito próximo ao da 25 de março em São Paulo, nossa principal área de atuação. Acreditamos muito no potencial do bairro”. Complementado a entrevista, o executivo pontuou que a pesquisa demonstrou que uma das maiores dificuldades que o consumidor encontra, é um lugar com qualidade e preço justo para fazer uma refeição, o que também, será considerado na oferta de serviços do empreendimento (apud ALVES, 2017).

Previsto para ser inaugurado no final de 2018, o Shopping contará com lojas de marcas nacionais, bem como locais, sendo a loja de departamento Rio Center, um exemplo. Além dessa, segundo informação noticiada pelos jornais locais, as marcas já confirmadas são: Taco, Hering, Sacolão, Pittsburg e Ótica Diniz.

Em outra entrevista, Minás Aravanis, ressaltou o potencial do bairro para a atividade comercial, destacando que os 100 mil transeuntes e 50 mil trabalhadores que circulam pelo bairro diariamente denota o volume de pessoas transitando em um espaço que nem precisará de grandes estratégias de *marketing* (NOVO, 2017).

Além do formato comercial de grande superfície, a proposta do Grupo 25 Investimentos, é construir, em um prazo de 6 anos, 11 microshoppings. O primeiro, terá lugar na Rua Dr. Luiz Dutra, se chamará “PontoUm” (figura 30) e contará com capacidade para 280 microlojas que deverão atender pequenos comerciantes, artesãos e ambulantes.

“Serão empreendimentos que irão atrair um grande público e dar cara nova ao bairro que tem a maior tradição de comércio em Natal”, acrescenta o empresário, que ressalta ainda que o objetivo do Grupo é proporcionar uma nova experiência de compras, resgatando no natalense o costume de ir ao Alecrim (GIOVANNI, 2017).

Figura 30 - Reprodução gráfica da fachada do Microshopping¹⁷ “Pontoum”.



Fonte: Coelli (2017).

Esse conjunto de ideias só evidenciam o potencial que o bairro mantém, mesmo diante, de tantas problemáticas como discutido na subseção anterior. Além disso, ressalta o imaginário do consumo como experiência e da volta do consumidor ao Alecrim, deixando entrever a noção de abandono, decadência que o bairro vem enfrentando com o surgimento de outras centralidades no contexto de Natal. Essa intervenção, por si só, tem suscitado a ideia de valorização da função comercial que o bairro agrega historicamente, com a perspectiva de mudanças estruturais na sua composição urbanística.

Os discursos se remetem aos impactos como uma verdadeira promoção da revitalização do bairro, também mencionado como reurbanização. Assim, na esteira dessa nova proposta de grande dimensão, o poder público avança com projetos direcionados à melhoria urbanística do bairro, de forma a valorizá-lo, conforme informou o portal de notícia, Agora RN:

O projeto de reordenamento do Alecrim vai englobar a urbanização das calçadas, a reforma e recomposição da Praça Gentil Ferreira, a reorganização do obelisco para colocação do relógio, marco histórico do bairro, modernização de iluminação pública e ainda a instalação de um sistema integrado de câmeras, que será operado pela Guarda

¹⁷ Denominação empregada pela empresa responsável pela proposta.

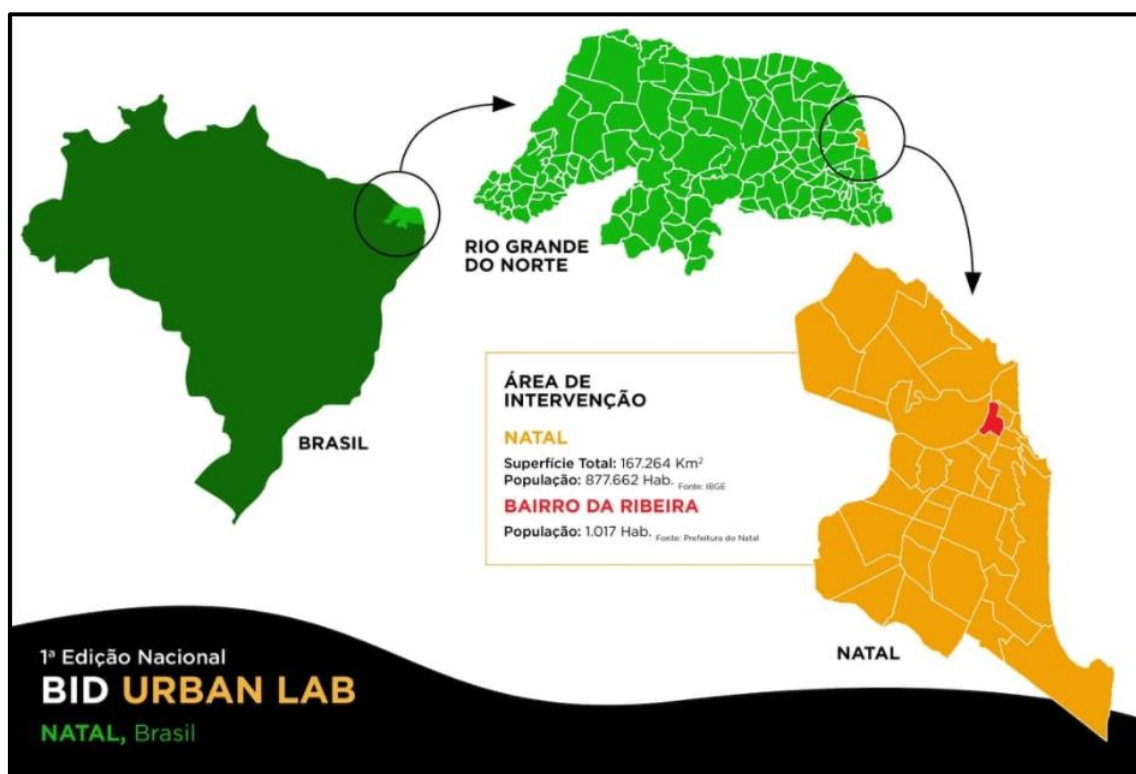
Em meio a esse contexto de proposições, os conflitos crescem, tendo em vista que muitos vendedores ambulantes se sentem ameaçados em sua prática. Segundo relato de alguns, sob o discurso da limpeza, o poder público pretende fazer a remoção dessas pessoas, das calçadas e praças, como uma espécie de “higienização social”, deixando-os desassistidos, pois muitos utilizam a atividade como o principal meio de subsistência.

A Ribeira, alvo de muitos outros projetos de intervenção que não foram capazes de reavivar sua função comercial, está posta em foco para o encaminhamento de um novo projeto de intervenção. Trata-se de uma proposta assinada por um grupo de Arquitetura (UFRN)¹⁸, submetida, aprovada e premiada no dia 28 de novembro de 2017, no concurso urbanístico UrbanLab, promovido pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), em cerimônia realizada em Washington (EUA).

Com o objetivo de buscar ideias criativas e inovadoras para problemas urbanos em cidades da América Latina e do Caribe, o concurso foi lançado e Natal foi a primeira cidade do Brasil escolhida pelo BID, para a realização do referido concurso (figura 31).

¹⁸ Grupo formado por estudantes do Curso de Arquitetura Marcela Lorena Farkat Scheer, Dmitryus Targino Marques de Souza, Nicholas Saraiva Martino e Mariah Oliveira Holder da Silva), coordenado pela Prof^a Dr^a Ruth Maria da Costa Ataíde.

Figura 31 – Divulgação da área de intervenção escolhida pelo BID.



Fonte: BID, 2017.

O projeto intitulado “Olhos da Ribeira” objetiva incentivar o ingresso de pequenos investidores no sentido do financiamento de revitalização da Ribeira. O prefeito da cidade, Carlos Eduardo Alves afirmou que a proposta terá todo apoio da prefeitura e destacou que unirá esforços para a busca dos recursos necessários para concretizá-lo, tornando a Ribeira atrativa para os cidadãos. De acordo com relato do Presidente do BID, Luis Alberto Moreno, a Ribeira foi escolhida pelo desafio que o bairro representa, pois

vai permitir que possamos promover a reabilitação de uma área importante do Centro Histórico de Natal, que hoje possui áreas abandonadas, imóveis vazios e espaços deteriorados. Além disso, a Ribeira está localizada em uma região privilegiada, as margens do Rio Potengi, e apresenta forte vocação cultural com seus casarões, teatros e museus (MORENO, 2017, apud NATAL, 2017).

Segundo informações divulgadas pela prefeitura, as novas etapas do projeto pressupõem a execução de reuniões e visitas técnicas com proponentes, representantes do poder público local, BID, Ministério das

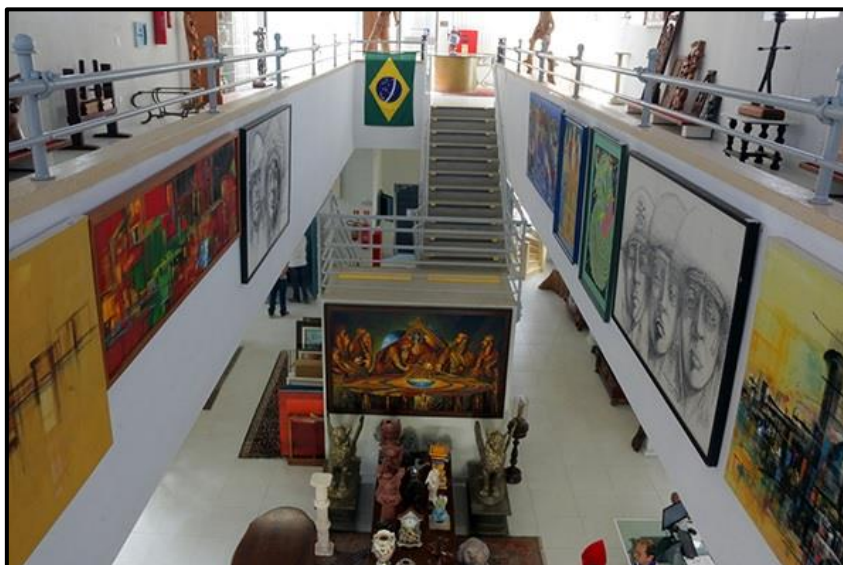
Cidades e Caixa Econômica Federal (NATAL, 2017). Essa fase, denominada de validação da proposta será realizada entre fevereiro e março de 2018.

Essa intervenção, assim como as muitas outras projetadas para o bairro, compõe um processo de financeirização, muito comumente associada às cidades e seu sentido de mercadoria, tendo de forma decisiva a participação do capital imobiliário responsável, dentre outras coisas, por reproduzir novos espaços na cidade.

Mesmo tendo um foco de atuação mais global, revitalizada a área conforme se pretende com essa iniciativa, a função comercial do bairro certamente será impactada positivamente, dada a intrínseca relação que há entre a materialidade, a vida da cidade e a atividade comercial. Como a ideia é revitalizar, ou seja, no sentido de “dar nova vida”, o comércio conhecerá uma nova perspectiva, alinhado às mudanças instauradas no âmbito do bairro, denotando um devir que sinaliza para uma nova perspectiva desse pedaço do centro tradicional de comércio.

A Ribeira conta com um potencial artístico-cultural que historicamente se fez presente e que tem justificado a mobilização de esforços no sentido de manter e resgatar essa característica, mesmo que pontual, algumas ações podem ser verificadas ao longo da história e uma delas foi a abertura, em dezembro de 2017, de uma galeria de arte, chamada B 612, na Rua Dr. Barata (figura 32). A iniciativa do empresário Anchieta Miranda, tem como objetivo divulgar e valorizar as composições artísticas de norte-rio-grandenses, mas também de outros estados. A galeria está instalada em um prédio antigo, construído na década de 1930, em um momento áureo do bairro e abrigou no passado a Caixa Rural e a Livraria Clima.

Figura 32 – Galeria B 612



Fonte: Ribeiro, 2017.

Com uma área de 990m², o espaço que foi adquirido e reformado pelo empresário, abriga um acervo com dezenas de telas e esculturas de madeira, pedra e metal, contém uma área externa que abrigará uma cafeteria e também conta com sala de leitura direcionada ao tema das artes.

No tocante ao bairro de Cidade Alta, ainda que se tenha registros de propostas de intervenções que o contemplem, como será visto adiante, o mesmo tem sido relegado a um plano secundário no âmbito do conjunto de bairros que compreendem o centro histórico da cidade.

O que se observa é que, essas mudanças no sentido da revitalização, são previstas para muitos centros de cidade mundo afora e são particularizadas por vertentes variadas, sendo a maioria, amparada na ideia de preservação do conteúdo histórico-cultural desses centros. No seio dessas intervenções algumas preocupações ganham destaque e o comércio, no caso de Portugal, tem recebido uma atenção especial, sob a denominação de urbanismo comercial. Na sequência, essa discussão será exposta e tratada como uma possibilidade em meio às propostas urbanísticas para a área de estudo.

4.3 O URBANISMO COMERCIAL COMO POSSIBILIDADE

A decadência do centro tradicional de muitas cidades capitalistas, acompanha, como já discutido, a produção espontânea ou planejada, de novas centralidades urbanas que tomam como elemento de destaque, a atividade comercial. Isso posto, tem-se uma situação provocativa que justifica a necessidade de se pensar na vitalidade, na dinâmica do centro, relegado a um plano secundário nesse processo de reprodução do espaço urbano.

Essa construção de ideias ganha notoriedade, tomando como referência diversos discursos que convergem para a necessidade de transformações de forma a valorizar o centro, no sentido de melhor qualificá-lo. Assim, sob diferentes denominações (revitalização, requalificação, refuncionalização, revalorização) elas se amparam em problemáticas tais como: degradação, esvaziamento urbano, abandono, insegura, sujeira, desorganização etc. É, pois, sob esse consenso que Estado e iniciativa privada articulam-se, de forma estratégica, na promoção de medidas que sejam capazes de tornar essas áreas em decadência, mais atrativas à realização e reprodução do capital.

Recorrentemente essas medidas pressupõem a avaliação da herança histórica e patrimonial do centro das cidades, considerando seu caráter funcional e sua posição relativa na estrutura urbana, e sustentando-se em uma ideia de deteriorização urbana que carece de ações detentoras do poder de recuperação (VARGAS; CASTILHO, 2009).

Nessa perspectiva, Vargas e Castilho (2009) elencam ainda, as principais motivações que justificam as intervenções em centros urbanos (quadro 5).

Quadro 5 – Motivações que conduzem as intervenções em centros urbanos.

Motivações	Intervenções
Referência e identidade	Os centros têm um papel essencial quanto à identidade e à referência de seus cidadãos e visitantes.
História urbana	O centro é o lugar onde se encontram as sedimentações e as estratificações da história de uma cidade.
Sociabilidade e diversidade	A variedade de atividades e a tolerância às diversidades reforçam o caráter singular dos centros urbanos em relação aos subcentros mais recentes.
Infraestrutura existente	Nos centros das cidades, geralmente, há um sistema viário consolidado, saneamento básico, energia e serviços de telefonia, transporte coletivo, equipamentos sociais e culturais de diversas naturezas. O descarte dessa infraestrutura, tanto do ponto de vista econômico quanto ambiental, é justificável.
Mudanças nos padrões sociodemográficos	Alterações como maior expectativa de vida e consequente envelhecimento da população; redução do número de componentes da família; ampliação do trabalho feminino, entre outros aspectos, facilitam e reconduzem ao retorno de habitações nas áreas centrais.
Deslocamentos pendulares	Estatisticamente, o centro de muitas cidades ainda concentra um maior número de postos de emprego. O retorno do uso residencial para o centro diminui sensivelmente a necessidade de movimento pendular diário moradia-trabalho.
Distribuição e abastecimento	Durante muitas décadas, vem ocorrendo a dispersão locacional dos negócios. Em diversas escalas, entretanto, os centros ainda retêm uma parcela de distribuição de bens e serviços.

Fonte: Vargas e Castilho, 2009, p. 6.

Dentre essas motivações, as que se configuram como verdadeiros sustentáculos das propostas, estão relacionadas, de forma preponderante, à identidade, considerando seu valor histórico. Tal fato está atrelado, como sugerem Vargas e Castilho (2009), à ideia de melhoria da imagem da cidade:

[...] melhorar a imagem da cidade que, ao perpetuar a sua história, cria um espírito de comunidade e pertencimento. Significa também promover a reutilização de seus edifícios e a consequente valorização do patrimônio construído; otimizar o uso da infra-estrutura estabelecida; dinamizar o comércio com o qual tem uma relação de origem; gerar novos empregos. Em suma, implementar ações em busca de atração de investimentos, de moradores, de usuários e de turistas que dinamizem a economia urbana e contribuam para a melhoria da qualidade de vida, valorizando também a gestão urbana que executa a intervenção (2009, p. 4-5).

Essas intervenções têm sido muito bem gestadas nos países europeus. Por mais que tenhamos muitos projetos que objetivem ações de diversas naturezas e escalas, muitos deles se limitam ao planejamento, sendo negligenciados na etapa de execução. Assim, pretende-se encaminhar uma discussão sobre a aplicabilidade do urbanismo comercial em cidades portuguesas, considerando a sua atuação em áreas centrais em declínio, frente o surgimento de outros centros de natureza comercial no contexto das cidades.

O urbanismo comercial é entendido como uma vertente do urbanismo que centra seus objetivos na atividade comercial como importante vetor de planejamento urbano. Como as maiores problemáticas relacionadas à atividade comercial encontram-se no centro das cidades, as intervenções estão sempre direcionadas para essas áreas. Para Fernandes, em seu texto que trata da experiência portuguesa do urbanismo comercial, integrar o comércio ao urbanismo significa

[...] fazer com que as orientações à transformação do território passem a contemplar franca e decomplexadamente a actividade comercial, definindo objectivos e medidas que tenham em conta a importância devida ao comércio na estruturação dos territórios (1994/95, p. 120).

Dessa forma, o urbanismo comercial se alinha às intervenções em centro de cidades portuguesas, como parte constituinte de um projeto maior de intervenção, o que tem sido pouco trabalhado no caso brasileiro. Como esta pesquisa debruça-se sobre uma realidade detentora de particularidades, resultantes de processos históricos diferentes das cidades portuguesas, compreende-se que é necessária relativizar generalizações abusivas. Portanto, essa leitura sobre urbanismo comercial em Portugal, estará para o trabalho

apenas como uma referência, se consubstanciando em elemento ilustrativo para a discussão.

Nessa vertente, concorda-se com Sposito (2012) ao destacar que uma dessas particularidades que diferenciam as cidades europeias das brasileiras é o peso que o valor histórico apresenta para a realidade atual dessas cidades, haja vista, o adensamento de símbolos históricos e culturais resultantes de um alargado tempo de construção desses espaços. Vislumbra-se nas cidades europeias uma maior preocupação com o patrimônio arquitetônico, bem como uma valorização do uso dos espaços públicos, muitos dos quais gestados numa intensa lógica de turistificação. Segundo a pesquisadora, esse fato, agrega um valor diferente aos espaços marcados por um simbolismo histórico, se comparado com os novos espaços do consumo, apropriados por grandes superfícies comerciais.

Ademais, no Brasil, assim como nos países latino-americanos, a vida urbana, principalmente, nas cidades metropolitanas, associa-se à insegurança, justificando uma maior valorização por espaços de consumo privado sob a prerrogativa da segurança. Essas práticas afirmam o distanciamento da cidade aberta com a diminuição do uso dos espaços públicos, além de refletir a produção de uma desigualdade que cada vez mais se confirma nas práticas sociais.

Portugal assistiu a uma descentralização espacial da atividade comercial, em um tempo relativamente recente. Os primeiros supermercados e hipermercados se instalaram na década de 1980, os primeiros *shopping centers* se instalaram em território português na década de 1990. Como aconteceu na maioria das cidades europeias e norte-americanas, esses estabelecimentos comerciais de maior dimensão se localizaram em áreas periféricas e se apresentaram como os maiores concorrentes dos pequenos e médios comerciantes, geralmente, estabelecidos no centro das cidades.

Desse cenário competitivo, a vitalidade outrora experimentada pelo centro das cidades, decaiu e problemáticas tais como: perda de acessibilidade, de elementos de atração e falta de animação, insegurança, sujeira, depredação do patrimônio histórico e beleza local ganharam lugar de destaque e passaram a compor a agenda de discussões de políticas públicas urbanas.

Essas problemáticas encerram um cenário de pouca atratividade para a diversidade de usos que se pretende saudável a um centro de cidade. Para Balsas (1999), um centro de cidade habitável está relacionado à diversificação dos usos, com destaque para o adensamento de atividades terciárias, mas também de habitação e lazer, sobretudo, com o potencial turístico que muitos desses espaços apresentam.

Mesmo que em um primeiro momento essas intervenções tenham apresentado um caráter limitado e pontual, como a regulação de licenciamentos para a instalação de empreendimentos comerciais e o controle de horários de funcionamento desses estabelecimentos aos finais de semana, mais tarde (década de 1990) essas intervenções ampliaram sua atuação e passaram a caracterizar um conjunto de medidas, organizadas em projetos de intervenção e que justificaram o surgimento de uma área específica do ponto de vista do urbanismo: o urbanismo comercial.

Em Portugal, muitos desses projetos de urbanismo comercial, foram financiados pelo fundo da União Europeia, por intermédio do PROCOM¹⁹, responsável pela concessão de incentivos para a modernização do comércio varejista de pequeno e médio porte e para projetos urbanos de revitalização (BALSAS, 1999). O PROCOM se caracterizou como a proposta de intervenção de maior representatividade para Portugal e objetivou “aumentar os níveis de produtividade e competitividade das empresas comerciais portuguesas no contexto da economia cada vez mais internacionalizada” (BALSAS, 1999, p. 78). Nota-se com essa descrição, que o foco de atuação estava centrado na problemática relativa à inserção e expansão dos grandes estabelecimentos comerciais de capital internacional e considerados impactantes para as estruturas comerciais de menores dimensões e de capital local.

As suas principais áreas de intervenção foram: dinamização dos empreendimentos comerciais; cooperação entre empresas comerciais; cooperação entre associações comerciais e outras associações; e por último a realização de projetos especiais que se caracterizavam como os de urbanismo

¹⁹ Programa para a modernização do comércio, criado pelo decreto-Lei 184/94 de 1 de julho de 1994 e financiado pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional. Portugal é o único país a utilizar fundos comunitários para a modernização de empresas comerciais e para intervenções de urbanismo comercial.

comercial, envolvendo, portanto, as autarquias municipais as associações comerciais e as empresas comerciais e tinha como prerrogativa, três fases apresentadas na sequência.

1. Apresentação de estudo preliminar realizado pelas entidades responsáveis pelo projeto, seguida da formalização do pedido;
2. Apresentação de estudo global com identificação das necessidades e soluções propostas para o espaço alvo da intervenção, com caracterização dos níveis de participação e identificação dos investimentos, considerando dois elementos principais: o comércio (amparado exclusivamente nas atividades comerciais) e o urbanismo (direcionado para demandas de natureza urbanística como: estacionamento, acessibilidade, circulação e revitalização de espaços públicos);
3. Execução do projeto com definição da ajuda financeira e implementação material, monitoramento e avaliação (BALSAS, 1999).

Em 1998, Portugal deu mais um importante passo no tratamento das questões relativas ao comércio: criou o Observatório do Comércio, entidade responsável pelo estudo, monitoramento e discussão dos problemas mais relevantes da atividade comercial no país.

Com o PROCOM extinto em 2001, entra em execução um outro programa de destaque no contexto da revitalização do comércio em áreas degradadas: o URBCOM²⁰. Esse programa se caracterizou como uma continuidade do anterior, haja vista que seu propósito girava em torno de mecanismos de competição que deveriam ser direcionados às empresas nacionais em um contexto que tinha como pano de fundo, a atuação de grandes empreendimentos comerciais que obedeciam às lógicas de mercado apoiadas em inovação tecnológica e que se enquadravam em estratégias globais de gestão.

²⁰ regulamentado pelo Decreto-Lei nº70-B/2000, de 15 de Maio e pela Portaria nº317-B/2000, de 31 de Maio.

Em termos jurídicos esse regulamento definiu regras de candidatura e de concessão de apoios financeiros a projetos de urbanismo comercial. Conforme texto do instrumento regulatório, os projetos de urbanismo comercial,

visam a modernização das actividades empresariais do comércio e de alguns serviços, a qualificação do espaço público envolvente e a promoção do respectivo projecto global, integrados em áreas limitadas dos centros urbanos com características de elevada densidade comercial, centralidade, multifuncionalidade e de desenvolvimento económico, patrimonial e social (PORTUGAL, 2000).

Tal qual o PROCOM, as empresas eletivas para participar do URBCOM, eram micro, pequenas e médias empresas do comércio, dos serviços, câmeras municipais e associações comerciais. Mesmo que se avalie positivamente, a abrangência do URBCOM, esse programa apresentou uma limitação financeira²¹, comparativamente ao PROCOM, fato que restringiu a participação de projetos a um número de 53, contra 139 projetos implementados pelo PROCOM (GUIMARÃES, 2015).

O URBCOM teve sua atuação assegurada até o ano de 2008 e foi desenvolvido em paralelo com outros programas de menor dimensão como os Projetos de Gestão de Centros Urbanos, o MODCOM e o Comércio Investe. Mesmo que se reconheça a atuação de outros programas, o PROCOM e o URBCOM foram os mais efetivos em suas intervenções. Conforme destaca Guimarães (2015) em sua tese sobre o planejamento comercial em Portugal, esses programas tiveram um protagonismo importante na medida em que forneceram apoio financeiro a um número significativo de projetos de intervenção direcionados para a modernização de estabelecimentos comerciais, a reabilitação de áreas centrais e a elaboração de ações promocionais no sentido de consolidar a posição dessas áreas no contexto comercial das cidades.

Esses projetos resultaram em ações diversas que em conjunto atribuíram um significado de prosperidade, destacadamente, para áreas centrais, onde a concentração de micro, pequenas e médias empresas é mais

²¹ O PROCOM contou com um investimento de cerca de 634 milhões de euros, enquanto o URBCOM contou com um investimento de 12 milhões de euros.

densa, sendo conseqüentemente, a área mais impactada com os efeitos da inserção e expansão dos grandes estabelecimentos comerciais de capital multinacional no espaço urbano dessas cidades.

Essas ações estiveram relacionadas, em sua maioria, com o encerramento ou diminuição do uso do automóvel em ruas e praças centrais; a criação de áreas para pedestres, em muitos casos, com o fechamento de algumas ruas; a gestão do centro das cidades a partir de campanhas de *marketing* e promoção de eventos; utilização de processos de regeneração urbana com foco na atividade comercial; o redimensionamento dos espaços comerciais; o incentivo à instalação de lojas âncoras; a valorização e restauração tradicional; a correção de disfunções no mercado de aluguel; o apoio à instalação de estabelecimentos de *fast food*; a recuperação de áreas do ponto de vista funcional, patrimonial e cultural; a contribuição na formação continuada de empresários e trabalhadores; as ações de natureza promocional em dias festivos, a partir da promoção de atividades de caráter cultural, com criação de semanas temáticas, de oficinas infantis etc (GUIMARÃES, 2015).

O que disso resultou, foi a produção de espaços aprazíveis para o consumidor do espaço urbano, com incentivo especial às zonas comerciais. Algumas dessas zonas passaram a se assemelhar a verdadeiros *shoppings* a céu aberto, com ruas fechadas para uso exclusivo de pedestres (figuras 33 e 34), boa sinalização, segurança, limpeza e incentivo à modernização de frentes de loja.

Figura 33 – Braga/Portugal - Avenida Central.



Fonte: Pesquisa de campo, 2017.

Figura 34 – Porto/Portugal – Rua de Santa Catarina.



Fonte: Porto Antigo, 2017.

Na esteira dessa discussão e desses resultados, o governo português aprovou, em junho de 2017, mais um instrumento legal (Lei nº 42, de 14 de junho de 2017) direcionado ao reconhecimento e proteção de estabelecimentos

e entidades de interesse histórico e cultural ou social local, destacadamente, estabelecimentos comerciais com valor histórico; comércio tradicional; estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local (PORTUGAL, 2017).

No caso Europeu, como bem pontua Balsas (1999), a preocupação com manutenção e promoção da atividade comercial no centro tradicional das cidades, foi evidenciada em uma perspectiva de internacionalização da atividade comercial que passou a congrega profundas transformações econômicas, sociais e geográficas, fato que impactou negativamente a dinâmica da atividade comercial em suas áreas centrais.

Essas mudanças, sinalizaram para uma verdadeira revolução comercial, responsável por grandes transformações na dinâmica das cidades, ancorando, também, em novos hábitos de consumo. Do ponto de vista das formas comerciais, viu-se a instalação de novos empreendimentos, muitos dos quais, de capital internacional, caracterizados por grandes superfícies comerciais, capazes de sediar uma importante variedade e especialização de produtos e serviços, oferta de amplos estacionamento e que detinham estratégias promocionais e de vendas modernas, pouco encontradas no comércio do centro urbano, muito fortemente relacionado às características de forma e gestão tradicionais. Essas empresas se instalaram, em grande parte, em zonas periféricas das cidades, haja vista a disponibilidade de terrenos a preços baixos, sendo assistidas por uma infraestrutura de rodovias que deu uma maior fluidez ao espaço e permitiu o deslocamento de muitas pessoas em um momento marcado pelo crescimento na aquisição e uso do transporte particular, consorciado à maior participação da mulher no mercado de trabalho e o surgimento por novas demandas de consumo.

As cidades europeias passaram a assistir uma nova dinâmica que aumentou sua área de influência, tendo a função comercial como importante vetor, bem como aconteceu mais tarde em outros centros urbanos de países em desenvolvimento, como é o caso dos países latino-americanos. Essas mudanças tornaram patente a necessidade de uma política que pudesse dirimir as problemáticas advindas da expansão dessa nova dinâmica comercial citadina.

No caso europeu, Balsas pontua:

Mesmo onde existiu, a política de planeamento do comércio a retalho teve pouco impacto na Europa durante os anos 60 e 70. Os grandes estabelecimentos comerciais foram construídos fora do centro das cidades, sem grades preocupações sobre os seus impactos nessas áreas. No início dos anos 90, as legislações nacionais e europeia foram harmonizadas e concordou-se que o desenvolvimento comercial não controlado é prejudicial para o tecido comercial existente, para a comunidade e para a dicotomia urbano/rural nacional e internacional (1999, p. 41).

Essa realidade sinalizou para uma mudança nas práticas sociais de consumo das cidades. O centro das cidades passou a ser preterido em função das novas, grandes e modernas formas comerciais que surgiam em outras áreas. O comércio tradicional perdeu a vitalidade outrora experimentada e ao se associar com outras problemáticas já há muito referenciadas, como é o caso da manutenção do patrimônio edificado, passou a justificar ações de planeamento e gestão que fossem capazes de abranger a diversidade de problemáticas encontradas nesses centros, tendo a atividade comercial um importante papel.

Desse modo, nas cidades europeias, observa-se que uma das características bem sucedidas no âmbito da revitalização de centros de cidade, diz respeito à intervenções em formas comerciais tidas como tradicionais, a exemplo dos mercados públicos. Com o incentivo à revitalização dessas formas comerciais, tem-se o apoio à manutenção de pequenos comerciantes, o fornecimento de produtos de qualidade e frescos para parcela majoritária dos habitantes do centro e de áreas circunvizinhas, além de dar vida, vigor, movimento ao centro como um todo, haja vista a mobilização de pessoas (tanto comerciantes, como consumidores e distribuidores) e aparato logístico para a manutenção desses espaços.

Nos EUA esses projetos ganharam expressão a partir dos *Business Improvement Districts*²² (BID). Na Europa esses projetos se disseminaram, a partir da década de 1990, por inúmeras cidades, assumindo mecanismos alinhados aos contextos legais, sociais, econômicos, políticos e culturais próprios com denominações diferentes de acordo com o país. A título de exemplo, em Portugal, esses projetos ficaram conhecidos como Projetos Especiais de Urbanismo Comercial (PEUC's), em França as operações Centre

²² As "Áreas de Desenvolvimento Econômico".

2000; em Espanha os Centros Comerciales Abiertos (CCA); e no Reino Unido, os Town Centre Management Schemes, sendo esses últimos os mais representativos (BALSAS, 1999).

Segundo Debord (1994) para o planejamento da atividade comercial nas cidades, várias são as justificativas utilizadas no sentido de fundamentar a restrição à implantação de estabelecimentos comerciais de grande porte na periferia das cidades. Dentre elas, destaca-se: o transporte público sendo preterido em relação ao transporte de uso particular, haja vista que esse tem sido o principal meio de transporte utilizado pela população citadina para acessar esses estabelecimentos. Associa-se a isso, o fato de uma parcela da população não acessar esse tipo de comércio, tendo em vista não possuir transporte próprio. Outro elemento é o fato desses estabelecimentos não se encontrarem associados às outras práticas sociais, econômicas e culturais comumente encontrados em áreas tradicionalmente comerciais, desencorajando os deslocamentos com múltiplos objetivos. Por último constata-se, que no caso dos países europeus, a instalação desses equipamentos pressupõe o uso de áreas necessárias à outras atividades como as de natureza industrial e agrícola (apud BALSAS, 1999).

Nos Estados Unidos, essa preocupação não compõe campo de atuação governamental. Os grandes estabelecimentos comerciais que marcam esse momento de internacionalização da economia, são alvos, apenas, de regulamentações direcionadas ao uso do solo, sendo considerados sinônimos de modernidade. Em alguns casos, como salienta Balsas (1999), a gestão urbana das cidades negocia contrapartidas com as empresas construtoras, no sentido de complementar determinados projetos de infraestrutura.

O que se pretende destacar nessa exposição faz referência às diferentes realidades norte-americana e europeia no que tange ao tratamento dado/direcionado ao papel do centro principal frente ao surgimento de novos estabelecimentos comerciais em áreas periféricas das cidades, comprometendo a vitalidade do centro principal.

No tocante à cidade do Natal, em especial, aos três bairros em estudo, nota-se que não há uma preocupação imediata, por parte do poder público, com a atividade comercial, contudo, registra-se um interesse em relação aos aspectos de preservação do patrimônio edificado, destacadamente nos bairros

de Cidade Alta e Ribeira por comporem a Zona Especial de Preservação Histórica da Cidade, definida por força de lei no ano de 1984, mas modificada no ano de 1990. A partir dessa década, segundo destaca Souza (2013), são institucionalizados vários marcos legais que respaldam uma política de requalificação do Centro Histórico de Natal, e essa modificação no zoneamento é um deles.

Outra medida indicativa dessa preocupação com a preservação patrimonial, diz respeito a institucionalização da Lei nº 4932 de 1997 que dispõe sobre Operação Urbana Ribeira (OUR), definindo esse bairro como Área Especial de Operação Urbana. Conforme descrito no Plano Diretor de Natal, de 1994, essa definição associa-se às que, embora passíveis de adensamento, apresentam significativo valor histórico-cultural para o patrimônio da cidade, carecendo de formas de revitalização e recuperação. Considerando as proposições desse instrumento, a pesquisadora destaca:

No início da década de 1990, o bairro encontrava-se imerso num quadro que apresentava uma capacidade ociosa de infraestrutura. Propondo a reversão desse quadro, são incentivados os usos residenciais e estimuladas as atividades artísticas, culturais, turísticas e de lazer bem como a recuperação do patrimônio histórico-cultural, arquitetônico, urbanístico e a qualidade ambiental como um todo (SOUZA, 2013, p. 120).

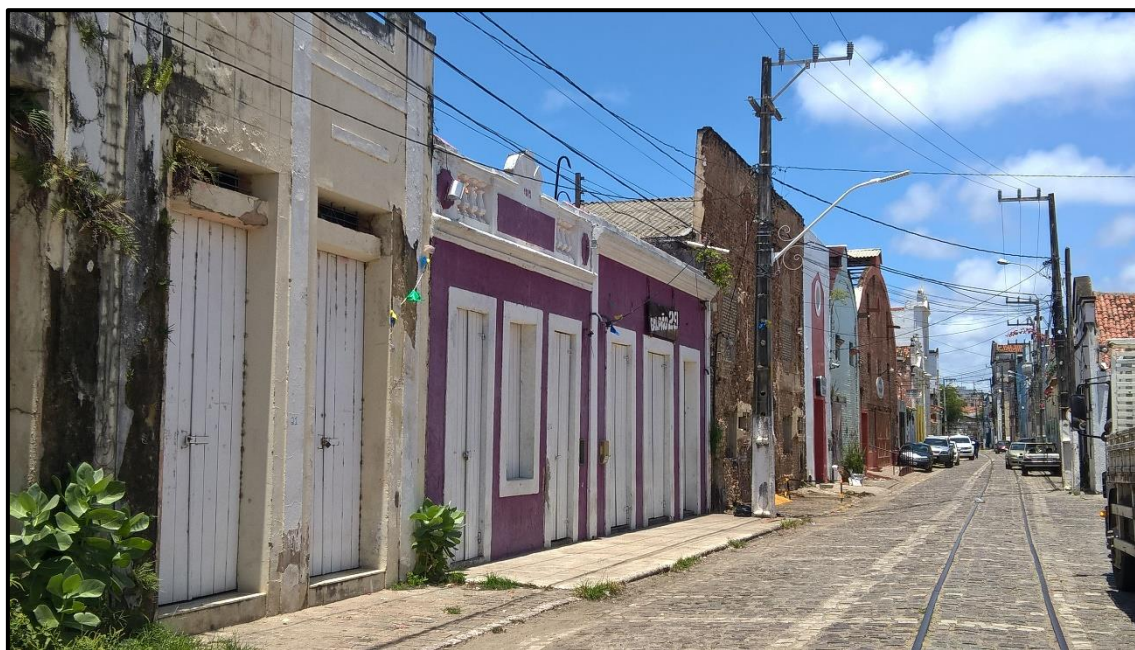
Mesmo diante de uma realidade pouco concreta no que diz respeito à execução dessas recomendações, registra-se como importante, uma intervenção que foi a construção do Largo do Teatro, ou Largo Dom Bosco (2008), como ficou conhecida. A mesma amparou-se na implantação do calçadão da Praça Augusto Severo, associada à calçada do Teatro Alberto Maranhão e ao Antigo Terminal Rodoviário que foi transformado no Museu de Cultura Popular Djalma Maranhão.

Na sequência, em 2010, o centro histórico de Natal, com recorte nos bairros de Ribeira, Cidade Alta e Rocas, foi tombado como Patrimônio Cultural do Brasil, pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Para efetivar o tombamento, o órgão elaborou vários estudos, dentre eles, um inventário de mais de 500 imóveis. Assim, a partir desse ano a política de requalificação do centro histórico, começou a ser regida, tendo como referência, o contexto do tombamento pelo IPHAN.

Esses marcos regulatórios orientaram as propostas de intervenção que foram desenvolvidas a partir da década de 1990. Contudo, dentre os bairros que compõem o recorte espacial deste estudo, o bairro da Ribeira foi o que recebeu maior aporte de investimentos para a execução de algumas ações propostas, muito embora não tenha atingido plenamente os objetivos dessas propostas. Somente a partir do tombamento pelo IPHAN (2010) é que o bairro de Cidade Alta passou a ser contemplado nos projetos, como descrito na sequência.

Vários foram os projetos orientados pela preservação e requalificação do centro histórico de Natal. Um deles foi o “Fachadas da Rua Chile” que foi executado em 1995. Com o objetivo de recuperar fachadas dos imóveis, iluminação e calçamento da Rua Chile²³ (figura 35).

Figura 35 – Rua Chile – Algumas fachadas restauradas em 1995.



Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

Mesmo que tenha apresentado um caráter pontual, esse projeto possibilitou, na segunda metade da década de 1990, a divulgação de vários estabelecimentos comerciais, a exemplo dos bares que eram importantes símbolos do movimento cultural da cidade, responsáveis pela realização de

²³ Chamada de Rua do Comércio, no início do século XX, dada a pujança dessa atividade nessa área.

variados eventos culturais, consolidando essa rua como espaço histórico-cultural relevante para a cidade. Dessa forma, o projeto reforçou o movimento cultural da cidade, levantando, também, a bandeira para a preservação do conjunto de edifícios com significativo valor histórico. Alguns empreendedores se instalaram na Rua Chile, investindo em uma proposta comercial vinculada à cultura e à história. No entanto, essa dinâmica não foi alimentada com intervenções subsequentes, fato que acabou por comprometer a vitalidade cultural iniciada com o projeto.

De acordo com Souza (2013),

Na Rua Chile, permanece até hoje uma série de bares cujos empreendedores idealizam a reconstrução do bairro enquanto expressão cultural da cidade. Durante as noites dos fins de semana, dezenas de bares nessa rua e nas outras do seu entorno garantem que o Centro Histórico não permaneça “vazio”, atraindo um significativo número de frequentadores. Esses frequentadores são em sua maioria jovens da cidade, mas também se percebe a presença de visitantes de outras partes do Brasil e de outros países, também do segmento juvenil (2014, p. 131).

Dez anos após o primeiro projeto de intervenção referenciado por Souza (2013), o poder público local elaborou e iniciou a implementação, na Ribeira, do Plano de Reabilitação de Áreas Centrais (PRAC), com o objetivo de implementar ações diversas que pudessem estimular os aspectos físicos e socioculturais do Centro Histórico. Nessa perspectiva, muitos estudos físicos e socioeconômicos foram encaminhados, mas poucas ações se efetivaram. Segundo Souza (2013), a intervenção melhor trabalhada em sua execução, correspondeu ao Projeto Reabilitar direcionado para habitação nas áreas centrais. Resultado da parceria entre Prefeitura do Natal, Caixa Econômica Federal e Programa Cidade Brasil da Embaixada da França, o projeto apresentava seis vertentes de atuação: 1) Reuso de imóveis públicos e privados, para efeito habitacional 2) Reabilitação de espaços públicos 3) Dinamização de atividades turísticas, de lazer, sociais, econômicas e culturais 4) Qualificação ambiental 5) Acessibilidade 6) Recuperação das vantagens imobiliárias provenientes de investimentos públicos.

Dos quinze prédios identificados pelo Prefeitura para serem reformados para habitação, cinco foram selecionados como os primeiros a serem restaurados. Desses, somente um (Edifício Bila) foi reformado (2006) e os

apartamentos ocupados. Em 2007, a Prefeitura adquiriu o Edifício Hotel Central e, após sua reforma, no ano de 2010, o prédio foi transformado em albergue municipal para atender a 72 pessoas em situação de rua.

Outro subprojeto do Rehabitar, apontado por Souza (2013), é o “Becos e Travessas” que previa transformar sete travessas, em vias de pedestres. Entretanto, até o ano de 2013, somente uma travessa havia sido submetida à requalificação.

Em 2008, oito anos após executada da primeira proposta e com o intuito de fomentar o turismo histórico-cultural, foi criado o projeto “Corredor Cultural Ribeira-Rocas”. Em meio a várias proposições, foram previstas e instaladas estações de transferências em dois importantes corredores viários da Cidade Alta: a avenida Rio Branco e a Metropolitana. Na Ribeira, parte do projeto de implementação de um terminal intermodal com ônibus-trem-barco não foi concluído, contudo, o Terminal Marítimo de Passageiros foi entregue em 2014, com uma proposta de incentivar o fluxo de turistas na cidade, destacadamente em seu Centro Histórico.

Nas Rocas, as ações que merecem destaque são: a reforma da Praça do Sol no Canto do Mangue, realizada em 2008, do Mercado do Peixe, do Mercado Público e a construção do Museu da Segunda Guerra Mundial. Com exceção do Museu, todas as ações foram executadas, muito embora, sejam constatadas falhas como ausência de banheiros públicos e falta de manutenção adequada para o bom funcionamento desses equipamentos.

Ainda no âmbito desse projeto, foi criado em 2009, um roteiro denominado “Circuito Histórico”, que contemplou a passagem por várias edificações históricas da cidade em um total de 28 pontos distribuídos entre os bairros de Cidade Alta e Ribeira (figura 36).

Figura 36 – Roteiro Circuito Histórico.



Fonte: Natal, 2009.

Mesmo que seja um importante indicativo do processo de valorização do patrimônio histórico, isoladamente esse tipo de ação não consolida a percepção desse valor, tendo em vista que muitas edificações se encontram pouco preservadas, deixando entrever uma situação de abandono, conforme pode ser constatado na figura 37, que trata-se de um edifício, localizado na Rua Dr. Barata e que no passado teve um importante papel na função comercial do bairro. “A Samaritana”, nome presente na fachada do prédio, refere-se a uma loja de tecido que funcionou até a Segunda Guerra Mundial.

Figura 37 – Situação de abandono de Edifício
“A Samaritana”.



Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

Esse imaginário de abandono é reforçado pelos inúmeros prédios de valor histórico e que se encontram degradados, compondo paisagem comum para quem acessa o bairro. Conforme matéria do Jornal Tribuna do Norte, publicada em 24 de agosto de 2010, sob o título de “Antigas, abandonadas e assombradas”,

Andar pelas históricas ruas da Ribeira, zona Leste de Natal, deveria ser um daqueles passeios inesquecíveis para turistas e até mesmo, moradores da cidade. Mas a falta de conservação de um dos bairros

mais antigos da capital, dá a sensação de estar em um cenário de filme de terror, com casas antigas e assombradas. Pior, o perigo, não está fadado à ficção. O risco de desabamento dos imponentes prédios em ruína – bem como da insegurança – é real (ANTIGAS..., 2010).

No ano de 2010, Natal ingressou no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) Cidades Históricas que correspondeu a uma iniciativa do Governo Federal que objetivava promover a requalificação urbanística de sítios históricos e estimular os usos econômico, social e cultural; investir na infraestrutura urbana e social, ampliar o financiamento para recuperação de imóveis privados; recuperar monumentos e imóveis públicos com destinação a uso de interesse social; fomentar o desenvolvimento de cadeias produtivas locais; promover o patrimônio cultural, bem como a formação e capacitação de agentes, técnicos e gestores (IPHAN, 2009).

De acordo com Souza (2014), a ação de maior evidência implementada, após o tombamento do Centro Histórico de Natal, foi relativa à educação patrimonial. Muitas campanhas de sensibilização para preservação e proteção do centro histórico foram encaminhadas. Várias oficinas foram realizadas com moradores, empresários, educadores de escolas públicas e profissionais que atuam com preservação do patrimônio arquitetônico e urbanístico de Natal.

De igual modo, as propostas anteriores não lograram o êxito esperado. Em mais de duas décadas as proposições não resultaram em intervenções abrangentes e consolidadas, tendo em vista que as ações foram encaminhadas pontualmente e não tiveram um acompanhamento em termos de avaliação e manutenção.

Esse é, portanto, o traçado do que tem sido pensado e executado para os bairros da área em estudo, destacadamente, dos bairros de Cidade Alta e Ribeira. Mesmo que se tenha registro de testemunhos de valor histórico no bairro do Alecrim, este bairro não tem sido contemplado nas propostas de intervenção encaminhadas pelo poder público local. Por fim, vale ressaltar que a atividade comercial não tem aparecido como elemento estratégico da valorização dessa área, a exemplo do que vem ocorrendo em intervenções nos países norte-americanos e europeus.

5 CONCLUSÃO

Analisar a dinâmica comercial das áreas tradicionais em um contexto de expansão urbana da cidade requereu um fluxo de ideias e informações que evidenciaram os diversos momentos e conjuntos de práticas sociais responsáveis pela composição da realidade atual. Compreender as transformações pelas quais a cidade passou em sua reprodução urbana permitiu clarificar as nuances próprias que marcaram e marcam diferentemente essas áreas, mas também, os demais espaços de comércio surgidos em toda extensão da cidade.

A intensa expansão urbana verificada nos últimos 40 anos, recorte temporal de referência da pesquisa, foi acompanhada do aumento no número de estabelecimentos comerciais e de serviços, ratificando a ideia de uma cidade terciária. Esse aumento foi marcado pela instalação de inúmeros comércios, pela modernização de outros e pela ocupação de áreas até então não inseridas na dinâmica urbana de Natal. Muitos desses estabelecimentos são de grandes dimensões e abrigam equipamentos que demandam grandes superfícies como os supermercados, hipermercados, *shopping centers* e lojas de departamento, acompanhando uma tendência mundial que afirmam e reproduzem a sociedade de consumo.

São esses novos formatos, os responsáveis, em grande parte, pelas transformações na dinâmica do comércio. Mas não são únicos, pois as áreas comerciais tidas como tradicionais do ponto de vista do uso do comércio, também experimentaram transformações significativas, seja diretamente no comportamento da atividade comercial, seja em uma perspectiva mais ampla, ao considerar as práticas sociais de natureza urbana relacionadas ao comércio, ou ainda, como resposta à descentralização dessa atividade no âmbito da cidade. Associado a essa dinâmica, tem-se como pano de fundo, um cenário marcado pelo consumo, justificando tratá-lo como elemento de análise para uma melhor compreensão de todo esse movimento de mudanças.

Nos espaços regidos pelo modo de produção capitalista, a origem da dinâmica comercial e sua relação com a emergência da cidade terciária

aconteceu com a passagem do sistema capitalista para o de acumulação flexível, associado às inovações tecnológicas no mundo da comunicação e do transporte. A partir da década de 1980, esse cenário se tornou recorrente, impulsionando as práticas comerciais e de consumo a ampliar sua atuação tanto em espaços físicos como no mundo virtual, fato responsável por reforçar a importância do comércio no desenvolvimento econômico atual.

No espaço, de uma atividade marcada fortemente por uma mera relação de troca, a atividade comercial passou a ser norteada pelo sentido do consumo como distinção social, fato que refletiu o valor diferenciado que os espaços foram adquirindo ao longo das últimas décadas. O resultado dessa conjuntura de forças que tem no consumo um elemento de destaque é responsável por significativas transformações no processo de produção do espaço urbano de Natal, da mesma forma como se processa em inúmeras outras cidades capitalistas.

Dessa forma, essa cidade, preponderantemente terciária pode ser caracterizada como um centro de consumo, por abrigar em todo o seu território essa atividade que dá vida, dita e é influenciada pela reprodução das relações sociais de produção que tem no comércio e nos serviços o ponto de apoio para a conformação dessa realidade que projeta Natal no contexto urbanorregional, mas também estadual, tendo em vista que é na capital que está concentrado o maior número de atividades terciárias do estado, tanto do ponto de vista quantitativo como qualitativo, haja vista movimentar um volumoso aporte de investimento de capital, justificando, assim, um maior fluxo de pessoas, serviços e bens, dando à dinâmica da cidade um papel de destaque.

O estudo que ora se conclui, fundamentou-se no método de análise (regressivo-progressivo) que, ajudou a compreender a dinâmica comercial verificada no decurso da expansão urbana da cidade do Natal, com destaque para as áreas tradicionais de comércio que compõem os bairros: Alecrim, Cidade Alta e Ribeira.

No caminho percorrido, procurou-se, partindo da realidade, dissecar os vários momentos que representaram a produção do espaço relativo à cidade de Natal e sua influência na atividade comercial, permitindo, assim, compreender a dinâmica verificada nos dias atuais, e que de certa forma entender as projeções para um futuro próximo e até mesmo distante. A

dinâmica apresentada revelou, assim, que a realidade que se apresenta nos espaços de comércio tradicional em Natal resulta, na verdade, de um conjunto de movimentos produzidos historicamente em conformidade com as relações sociais de produção que orientaram as práticas sociais responsáveis pelas marcas instauradas no espaço urbano, em resposta às demandas da produção de um espaço homogêneo, segundo a sociedade que se reproduz sob as determinações capitalistas sem, contudo, perder de vista a singularidade que o caracteriza hoje.

Nesses termos, ficou evidente que esses espaços constituintes das áreas tradicionais de comércio experimentaram dinâmicas assimétricas ao longo do tempo, dado os diferentes momentos da reprodução das relações sociais de produção que deixaram marcas singulares no processo de expansão do espaço urbano da cidade. Porém, essas áreas compõem uma relevante centralidade no âmbito da cidade, haja vista congregar um número de atividades tidas como centrais, que além da atividade comercial e de serviços (públicos e privados) se afirmam, também, pelo seu conteúdo histórico e cultural, diferenciando-as de outras centralidades que emergiram, mais recentemente, no quadro da expansão urbana natalense.

Assim, entender esse quadro de diferentes dinâmicas no tempo e no espaço, implicou um esforço qualitativo que deu visibilidade à expansão do espaço urbano, notadamente, a partir da década de 1980. Assim, a compreensão espacial da dinâmica comercial ora verificada no recorte de estudo não se explica por si, mas toma como referência, alguns processos que à atividade comercial se relacionam e que explicam as mudanças processadas no espaço urbano natalense ao longo do tempo.

Um desses processos diz respeito à descentralização espacial da atividade comercial que resultou no surgimento de outras espacialidades entendidas como novas centralidades comerciais. Como um movimento de desdobramento da função comercial desenvolvida nas áreas tradicionais de comércio, essa atividade se descentralizou a partir da década de 1980, assumindo um novo padrão de localização, traduzido, pela ocupação das principais vias expressas de circulação, que articulam o território da cidade, bem como interligam Natal às cidades que compõem sua RM.

Outra expressão dessa descentralização espacial do comércio foi o surgimento de uma centralidade que toma como referência a atividade turística. Intencionalmente planejada a partir de políticas públicas de importante repercussão espacial, essa atividade ocupa uma área, delimitada segundo o Plano Diretor, como área de interesse turístico e que se encontra sob influência das praias urbanas da cidade, com destaque para a Praia de Ponta Negra.

Em escala restrita, constatou-se a expansão da atividade comercial em pequenas áreas urbanas que obedecem ao recorte administrativo dos bairros. Compõem, assim, subcentros comerciais formados por empreendimentos de pequeno porte, geralmente de gestão familiar e que atendem a uma demanda de consumo de primeira necessidade, conformando, assim, um comércio de proximidade.

Todas essas novas centralidades, retiraram da área tradicional de comércio de Natal, a primazia mantida até a década de 1980, contudo, não se tornaram necessariamente concorrentes, mas complementares, haja vista atender a um público diverso que afirma, em suas práticas, o uso, a função e a singularidade dessas diferentes expressões de centralidades. Como resultado, tem-se lógicas espaciais e temporalidades distintas nas várias centralidades comerciais verificadas na cidade, com destaque para as áreas tradicionais em estudo, onde é possível constatar a conformação de marcas pretéritas que singularizam ainda mais esses espaços.

O contexto em que essa descentralização da atividade comercial se processou se alinha em uma escala mais ampla à conjuntura socioeconômica do país, ao considerar o aumento da renda da população brasileira com base no crescimento do número de postos de trabalho formais; na melhoria do salário mínimo; na ampliação de políticas de transferência de renda como o Bolsa Família e Minha Casa Melhor; no aumento da participação feminina no mercado de trabalho; e nas políticas econômicas como a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (2006); Microempreendedor Individual (2008) e o SIMPLES Nacional (2007) que favoreceram à formalização de estabelecimentos econômicos por intermédio de incentivos fiscais, reconhecendo e dando as condições para a abertura de grande parte de empresas comerciais.

Outro ponto indicativo das mudanças processadas ao longo das últimas décadas diz respeito à modernização que orientou as práticas sociais de consumo. Assim, nascem dessa orientação, formatos comerciais que apostam no autosserviço, sendo os supermercados e hipermercados, símbolos pioneiros desse movimento. Materializados em grandes superfícies comerciais, esses estabelecimentos, juntamente com os *shopping centers*, ganharam destaque nas práticas de consumo da população. Em Natal, esses formatos se disseminaram, consolidando um mercado promissor e impactando a atividade comercial em suas áreas tradicionais, com diferentes repercussões em cada um dos espaços estudados.

Essa modernização evidenciou como marca de expressão, uma diversificação da oferta de produtos e serviços. Cada vez mais segmentado e especializado, o comércio citadino se traduz, também, por uma dinâmica fortemente competitiva e desafiadora para o comércio, especialmente, para o de caráter tradicional, tanto dessa área como de outras que comportam formatos tradicionais como as feiras e os mercados públicos.

Nas áreas tradicionais de comércio a marca da modernização fica por conta da abertura de lojas de maiores dimensões; de capital externo; e provenientes de redes de franquias, especialmente as lojas de eletrodomésticos muito comumente encontradas no bairro do Alecrim, as lojas de roupas, calçados e acessórios presentes no bairro de Cidade Alta e, também, de lojas de produtos importados, sobretudo da China, compondo um comércio de imitação que ganha espaço nas práticas de consumo da população. Associada a esse quadro, é possível constatar a presença de técnicas de venda e gestão modernas, abrindo espaço para uma maior interatividade com o consumidor.

Desse conjunto de elementos que marcaram as mudanças processadas ao longo da história, fica patente o papel que as práticas de consumo vêm exercendo na transformação do comércio e, por extensão, da cidade. As diferentes e modernas formas de comércio estimularam o surgimento de uma dinâmica nova do ponto de vista das práticas sociais. Muito valorizados pela população local, os supermercados, hipermercados e *shopping centers* se afirmaram no contexto da cidade, retirando das áreas tradicionais, uma demanda considerável.

Assim, fica evidente que essa diversificação das formas comerciais é também uma diversificação do conteúdo material e imaterial desses comércios, fato que abre possibilidade para uma maior quantidade de arranjos e indica movimento frenético, principalmente se levada em consideração uma realidade composta por elevado número de estabelecimentos comerciais de pequeno porte e de gestão familiar, instavelmente inseridos nesse mercado competitivo. As marcas dessa dinâmica na paisagem são múltiplas, porém, a mais expressiva é dada pela abertura e fechamento de vários estabelecimentos em curto espaço de tempo, realocação de outros, concentração de vendedores ambulantes variando no tempo e no espaço, mantendo a vitalidade de muitos espaços e ampliando seu território de alcance, tendo em vista o acesso de consumidores de outros espaços da cidade e de cidades próximas. Ademais, as paisagens se modificam amplamente com a especialização de ruas pela economia de aglomeração verificada em muitas áreas de natureza comercial.

O fato é que esses processos (descentralização, modernização e diversificação) verificados no âmbito da expansão do espaço urbano de Natal, relegaram para a área em estudo, um compartilhamento de sua função comercial, se configurando enquanto elemento desafiador para a manutenção dessa atividade e propiciando um refazer dessa função. Muitas mudanças se processaram nesses espaços, deixando marcas que o diferenciam, mesmo que se tenha lugar comum, tratar o comércio dessa área como de caráter popular.

No que pese essa característica peculiar para as três áreas, a dinâmica desse comércio se modificou ao longo do tempo, se refazendo/reestruturando. Para o comércio sediado no Alecrim, a análise processual permite uma aproximação com a compreensão de resiliência que vai além do entendimento sobre resistência, abarcando a ideia de capacidade de adaptação e produção diante de mudanças ou impactos na economia urbana, na imagem da cidade e também no comportamento dos cidadãos.

Assim, essa leitura de resiliência se aplica ao Alecrim, tendo como pressuposto um movimento espontâneo e pontual, sem necessariamente guardar relação com propostas de intervenções eficazmente aplicadas. A resiliência verificada para o bairro firma-o em sua centralidade de natureza comercial, mantendo e reproduzindo-o continuamente.

Em um momento de crise econômica, como o verificado na atualidade, ainda que se constate um impacto com o fechamento de lojas nos *shopping centers*, por exemplo, o comércio do Alecrim mantém sua vitalidade, inclusive com a perspectiva de uma revitalização impulsionada por investimentos da iniciativa privada a exemplo da proposta de abertura de um *shopping* em estilo *outlet* e mais onze unidades de menor porte.

Sintomático dessa dinâmica em momento de crise é o aumento do comércio informal, encabeçado muito fortemente, pela massa de desempregados que encontra nessa atividade, uma perspectiva imediata para sua reprodução social, o que denota uma função social que essa atividade congrega para a dinâmica socioeconômica da cidade. Mesmo que sua existência seja banida de uma concepção legal, do ponto de vista da contribuição tributária para o estado, o comércio desenvolvido informalmente tem se configurado como uma importante oportunidade para muitas famílias.

Outra constatação possibilitada pela pesquisa, diz respeito à situação de resistência do bairro de Cidade Alta. Várias mudanças se processaram na dinâmica comercial do bairro ao longo das últimas décadas e uma delas é o aumento no número de estabelecimentos de serviços, muitos desses instalados em galerias que, associado à abertura de lojas de departamento, de eletrodomésticos e empresas franqueadas, possibilita uma certa manutenção e vitalidade de sua função terciária. Entretanto, mesmo que essas mudanças tenham figurado como alento no contexto de relativa perda de demanda de consumidores para outras áreas da cidade, nos últimos anos, esse bairro tem vivenciado um quadro de relativa inflexão na sua dinâmica. Prova disso, é o fechamento de muitos estabelecimentos comerciais com a consequente disponibilização dos imóveis para venda e/ou aluguel.

O comércio da Cidade Alta, que no período compreendido entre a Segunda Guerra Mundial até a década 1980, atendeu à demanda solvável da cidade, foi o mais impactado com a descentralização espacial do comércio nas últimas décadas. Os consumidores passaram a utilizar as novas formas comerciais que estavam se instalando na cidade, muito especialmente, os *shopping centers*, conforme relato de muitos lojistas.

À reboque das ações pensadas para o centro histórico de Natal, que tem a Ribeira como recorte espacial de destaque, a Cidade Alta tem sido

contemplado em diversas propostas, com ênfase naquelas em que a atividade turística é tomada como referência, compondo, por exemplo, roteiros histórico-culturais, sendo esse tipo de intervenção, umas das poucas medidas não diretamente relacionada ao comércio, mas anunciadora de impacto para uma possível manutenção dessa atividade.

Essa perspectiva das intervenções tem sido o carro chefe para se pensar a atividade comercial no bairro da Ribeira. O bairro foi o primeiro a concentrar essa função, bem como o primeiro a ser impactado com as mudanças que se processavam na expansão urbana de Natal com o término da Segunda Guerra Mundial e saída de um contingente expressivo de militares americanos. Perdendo espaço para um comércio que se deslocou para o bairro de Cidade Alta, a Ribeira manteve por muito tempo um comércio atacadista, associado ao comércio e serviços direcionados para as demandas do Porto. O que resta na atualidade corresponde a um segmento de comércio portuário e de pequenos estabelecimentos comerciais de alimentação acessados pelos trabalhadores e consumidores do Porto e dos muitos serviços públicos ainda disponíveis no bairro. Nesses termos, embora inserida em uma atmosfera de declínio, a Ribeira configura-se como um espaço de possibilidades, pelo seu potencial econômico e histórico-cultural.

Como demonstrado no decorrer da tese esse bairro foi alvo de várias propostas de intervenção, todas elas com uma preocupação central na preservação de seu patrimônio histórico. Associando-se à perspectiva cultural que o bairro detém, essas propostas, apesar de pouco executadas, possibilitam ampliar o debate em torno da vitalidade desse bairro, tão negligenciado ao longo do tempo. Além das intervenções pensadas no sentido do restauro e manutenção de seus edifícios detentores de valor histórico, o bairro tem sido alvo de um planejamento direcionado para sua refuncionalização, considerando usos como o de habitação, e também, os usos que tomam como referência as atividades culturais e turísticas.

A construção do terminal marítimo de passageiros na Ribeira forjou a possibilidade de Natal ser inserida em importantes rotas do turismo nacional e internacional, intensificando e conformando sentido à dinâmica comercial do bairro. Embora essas propostas não tenham apresentado um caráter efetivo e sistemático, algumas foram implementadas e soam como um alento, inclusive,

considerando seu potencial para intervenções de frentes de água, sendo as portuárias importantes exemplos.

Mesmo que nos bairros de Cidade Alta e Ribeira se tenha o registro de vários marcos regulatórios e projetos, no sentido de valorizar e preservar seu patrimônio histórico-cultural, inclusive promovendo esses espaços para apropriação da atividade turística a exemplo do que acontece em outros centros históricos de cidades brasileiras como: Salvador, Recife, Ouro Preto, São Luiz, Olinda e Rio de Janeiro, essas intervenções não lograram êxito em seus objetivos e nenhuma delas contemplou propostas específicas para a atividade comercial dessa área. Ainda que não se reconheça o valor da atividade comercial como contributo do movimento, da dinâmica de um centro de cidade, assim como acontece nos países europeus, indiretamente, essas ações previstas e executadas podem se configurar como importantes para o desenvolvimento da atividade nessa área.

Nesse sentido, entende-se que lançar o olhar para a ideia de urbanismo comercial, já bem consolidada no caso Português, possibilita pensar o centro tradicional de comércio, levando em consideração a perspectiva comercial em um contexto mais alargado de planejamento urbano, além de considerar sua herança histórica e patrimonial. Como uma resposta a decadência do centro tradicional de muitas cidades capitalistas, esse tipo de intervenção tem no comércio a referência para a necessária valorização e melhor qualificação dessas áreas, muito comumente relegadas a um plano secundário no processo de reprodução do espaço urbano.

Diante de tamanha dinâmica, chega-se à evidência de que os espaços em apreço não guardam as mesmas características que outrora tiveram um valor comercial de relevo, nem as formas comerciais são as mesmas, o que revela que as relações sociais mudaram ao longo do tempo. A própria dinâmica urbana da cidade, associada às mudanças ocorridas na sociedade capitalista explica a emergência de novas práticas sociais de consumo que se reproduziram nessas áreas tradicionais, mas que se efetivaram de forma mais representativa em outras áreas citadinas, com a emergência de novas centralidades.

Por fim, constata-se que dessa combinação de processos, tem-se, na atualidade um centro que tradicionalmente sediou a atividade comercial e que

mantém condições de centralidade diversas, sendo a atividade comercial, seu ponto de referência. Subjacente a essas condições diversas, tem-se, como resultado, uma dinâmica que vem marcando diferentemente esses bairros. As práticas sociais aí estabelecidas ao longo dos anos ressaltam a relevância da atividade comercial, que em momentos distintos deu às suas áreas tradicionais, uma vitalidade singular. Associada às demais condições de centralidade (histórica, cultural, de serviços) que esses bairros detêm, o comércio se configura como potencial para reaver aos bairros da área de estudo, uma maior valorização frente os desafios postos pela expansão urbana da cidade.

Todos os pontos evidenciados a partir da pesquisa que ora está sendo concluída reafirma a tese anunciada logo nas primeiras páginas deste trabalho, ou seja, de que ainda que no processo de produção do espaço urbano de Natal, a atividade comercial tenha se expandido para outras áreas da cidade, essa atividade permaneceu nas áreas tradicionais de comércio que compreendem os bairros da Ribeira, Cidade Alta e Alecrim.

Porém, diante a relevância da temática estudada, ressalta-se que a ideia de conclusão assinalada responde tão somente a uma exigência acadêmica de um ciclo que se fecha, mas que, sem dúvida alguma, apresenta-se para nós, assim como para outros pesquisadores, como um leque de possibilidades para novas investigações científicas a serem desenvolvidas no futuro. Assim sendo, considera-se, o trabalho que ora é finalizado não como um ponto de chegada, mas principalmente como um ponto de partida.

REFERÊNCIAS

ALVES, Emmerson. Grupo empresarial vai construir shopping com 280 lojas no Alecrim. **Agora RN**, Natal, 15 fev 2017. Disponível em: <http://agorarn.com.br/economia/grupo-empresarial-vai-construir-shopping-com-280-lojas-no-alecrim-2/> Acesso em: 04 dez. 2017.

ANTIGAS, abandonadas e assombradas. **Tribuna do Norte**, Natal, 24 ago. 2010. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/antigas-abandonadas-e-assombradas/157797> Acesso em: 06 dez. 2017.

ARAÚJO, Josélia Carvalho de. **A natureza da centralidade urbana de Natal**. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Natal, 2017.

ARAÚJO, Josélia Carvalho de. **Outra leitura do “outro lado”**: o espaço da Zona Norte em questão. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Natal, 2004.

ARAÚJO, Luciano Magnos de. **Visões da cidade**: da cidade histórica aos bairros de Cidade Alta e Ribeira em Natal/RN. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Natal, 2003.

ARRAIS, Raimundo. Da natureza à técnica: a capital do Rio Grande do Norte no início do século XX. In: FERREIRA, Angela Lúcia; DANTAS, George. **Surge et Ambula**: a construção de uma cidade moderna: Natal, 1890-1940. Natal: EDUFRN, 2006.

ARRAIS, Raimundo. Estudo introdutório. In: CASCUDO, Luís da Câmara. **Crônicas de origem**: a cidade de Natal nas crônicas dos anos 20. 2. ed. Natal: EDUFRN, 2011.

ARRAIS, Raimundo; ANDRADE, Alenuska; MARINHO, Márcia. **O corpo e a alma da cidade**: Natal entre 1900 e 1930. Natal: EDUFRN, 2008.

AZEVEDO, Francisco Fransualdo de; QUEIROZ, Thiago Augusto Nogueira de. As feiras livres e suas (contra)racionalidades: periodização e tendências a

partir de Natal/RN/Brasil. **Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales**, Barcelona, v. XVIII, n. 1009, jan. 2013.

BALSAS, Carlos José Lopes. **Urbanismo comercial em Portugal e a revitalização do centro das cidades**. Gabinete de Estudos e Prospectiva Económicos do Ministério da Economia: Lisboa, 1999. (Coleção Temas de Economia).

BARRETA, João. **Fazer acontecer a regeneração urbana**: comércio de proximidade. Confederação empresarial de Portugal, 2012.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Trad. Carlos Alberto de Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BEZERRA, Josué Alencar. A reafirmação do bairro: um estudo geo-histórico do bairro do Alecrim na cidade de Natal/RN. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Natal, 2005.

BID. URBANLAB. 2017. Disponível em:
<http://convocatorias.iadb.org/pt/urbanlab-brasil/inicio-urbanlab-brasil> Acesso em: 06 dez. 2017.

BRASIL, Ministério do Trabalho e Emprego, **Cadastro Geral de Empregados e Empregadores**. 2007, 2010, 2013, 2015. Disponível em:
<https://caged.maisemprego.mte.gov.br/portalcaged/paginas/home/home.xhtml>
Acesso em: 11 abr. 2016.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior. **Atlas Nacional de Comércio e Serviços**. Brasília: MDIC, 2013. Disponível em:
http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1414414334.pdf Acesso em: 11 fev. 2016.

CACHINHO, Herculano. Geografias do consumo: rotas exploratórias e novas linhas de rumo. **Inforgéo** (14), Lisboa: Edições Colibri, 1999. p. 157-178.

CACHINHO, Herculano. Consumactor: da condição do indivíduo na cidade pós-moderna. **Finisterra**, Lisboa, n. 81, 2006. Disponível em:

http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/2006-81/81_02.pdf Acesso em: 15 jan, 2014.

CACHINHO, Herculano; SALGUEIRO, Teresa Barata. Os sistemas comerciais urbanos em tempos de turbulência: vulnerabilidades e níveis de resiliência. **Finisterra**, n. 101, p. 89-109, 2016.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. O espaço urbano: novos escritos sobre a cidade. São Paulo: FFLCH, 2007.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A condição espacial**. São Paulo: Contexto, 2011.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. A reprodução do espaço urbano como momento da acumulação capotalista. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (Org.). **Crise Urbana**. São Paulo: Contexto: 2015.

CASCUDO, Luís da Câmara. **História da cidade do Natal**. 3. ed. Natal: IHG/RN, 1999.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Crônicas de origem**: a cidade de Natal nas crônicas dos anos 20. Organização e estudo introdutório: ARRAIS, Raimundo. 2. ed. Natal: EDUFRN, 2011.

CHAUÍ, Marilena. Uma nova classe trabalhadora. SADER, Emir (Org.). **10 anos de governos pós-neoliberais no Brasil: Lula e Dilma**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FLACSO Brasil, 2013.

CLEMENTINO, Maria do Livramento Miranda. **Economia e urbanização**: o Rio Grande do Norte nos anos 70. Natal: UFRN/CCHLA, 1995. (Coleção Humanas Letras).

CLEPS, Geisa Daise Grimeiro. O comércio e a cidade: novas territorialidades urbanas. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, v. 16, n. 30, p. 117-132, jun. 2004.

COELLI, Virgínia. Bairro do Alecrim vai ganhar quatro microshoppings até 2018. **Virgínia Coelli**, Natal, 22 nov. 2017. Disponível em: <http://virginiacoelli.com.br/bairro-do-alecrim-vai-ganhar-quatro-microshoppings-ate-2018/> Acesso em: 06 dez. 2017.

COSTA, Ademir Araújo da. **A verticalização e as transformações do espaço urbano de Natal-RN**. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Instituto de Geociências. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Rio de Janeiro, 2000.

CUNHA, Gersonete Sotero da. **Natal: o processo da expansão territorial urbana**. Dissertação (mestrado). Universidade Estadual Paulista Julho de Mesquita Filho. Instituto de Geociências e Ciências Exatas. Rio Claro, 1987.

DAMIANI, Amélia Luisa. Introdução a elementos da obra de Henri Lefebvre e a Geografia. In: **Revista do Departamento de Geografia – USP**, São Paulo, v. especial 30 anos, p. 254-283, 2012.

DEBORD, G. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997. DIEESE. **Salário mínimo**. 1995, 2000, 2005, 2010, 2015. Disponível em: <https://www.dieese.org.br/> Acesso em: 12 abr. 2016.

DINIZ, Lincoln da Silva. **As bodegas da cidade de Campina Grande: dinâmicas sócio-espaciais do pequenos comércio** 2. ed. Campina Grande: EDUFCG, 2011.

EM 10 anos, frota de veículos cresceu 172% no RN; população 14,6%. **G1 RN**, Natal, 21 jul. 2016. Disponível em: <http://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2016/07/em-10-anos-frota-de-veiculos-cresceu-172-no-rn-populacao-cresceu-15.html> Acesso em: 06 dez. 2017.

FERNANDES, José Alberto V. Rio. Urbanismo comercial – a experiência portuguesa. **Revista da Faculdade de Letras – Geografia**. I série, Vol X/XI. Porto, 1994/95.

FERNANDES, José Alberto Rio; CACHINHO, Herculano; RIBEIRO, Carlos V. Comércio tradicional em contexto urbano: dinâmicas de modernização e políticas públicas, Porto, GEDES / FLUP, **Colecção Cadernos**, n.º 2, 2000.

FERNANDES, José Alberto Rio. Os projectos de urbanismo comercial e a revitalização do centro da cidade. **Revista Memória em Rede**, Pelotas, v. 2, n. 6, p. 76-89, jan.-jun. 2012.

FERREIRA, Angela Lúcia; DANTAS, George. Os indesejáveis na cidade: as representações sobre o retirante da seca (Natal, 1890-1930). In: FERREIRA, Angela Lúcia; DANTAS, George. **Surge et Ambula: a construção de uma cidade moderna: Natal, 1890-1940**. Natal: EDUFRN, 2006.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2001, p. 237.

GIOVANNI, Bruno. Bairro do Alecrim ganhará microshoppings em 2018, e construção de shopping com 10 andares deve iniciar no 1º semestre. BLOG DO BG, Natal, 23 nov. 2017. Disponível em: <https://blogdobg.com.br/outlet-25-demais-comecara-a-ser-erguido-no-1o-semester-de-2018-shopping-no-alecrim-tera-380-lojas-e-perspectiva-de-gerar-3-mil-empregos/> Acesso em: 06 dez. 2017.

GOMES, Rita de Cássia da Conceição; ALVES, Larissa da Silva Ferreira; DANTAS, Joseney Rodrigues de Queiroz; FRANÇA, Rosana Silva de. A metrópole de Natal na rede urbana brasileira e sua configuração interna. In: CLEMENTINO, Maria do Livramento M.; FERREIRA, Ângela Lúcia. (Orgs.). **Natal: transformações na ordem urbana**. Natal: Letra Capital Editora, 2015.

GOMES, Rita de Cássia da Conceição; SILVA, Anieres Barbosa da; SILVA, Valdenildo Pedro da. O Setor terciário em Natal. In: VALENÇA, Márcio Moraes; GOMES, Rita de Cássia da Conceição. **Globalização & desigualdade**. Natal, A.S. Editores, 2002.

GUIMARÃES, Pedro Porfírio Coutinho. **O planeamento comercial em Portugal: os projectos especiais de urbanismo comercial**. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa, Lisboa, p. 487. 2015.

Harvey, David. A produção capitalista do espaço. Trad. Carlos Szlak. 2. ed. São Paulo: Annablume, 2005.

IBGE, Censos demográficos 1970, 1980, 1990, 2000, 2010, <http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6&uf=00> Acesso em: 07 jun. 2016.

IBGE, **Cadastro Central de Empresas**. 2006, 2016. Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/pesquisa/cepre/quadros/brasil/2015> Acesso em: 20 abr. 2016.

IBGE, Regiões de Influência das Cidades. IBGE: Rio de Janeiro, 2007.
Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/PZEE/arquivos/regic_28.pdf
Acesso em: 15 nov. 2015.

IBGE, **Base Cartográfica** – Limites municipais do RN. 2015. Disponível em:
<https://mapas.ibge.gov.br/bases-e-referenciais/bases-cartograficas.html>
Disponível em: 20 abr. 2016.

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional –. Programa de Aceleração do Crescimento – PAC Cidades Históricas. 2009. Disponível em:
<http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=1332> Acesso em: 20 nov. 2017.

KELLY, Kallyna. **Foto Midway.** Disponível em:
www.kallynakelly.com.br/comercio/midway-mall-completa-12-anos-investindo-para-conquistar-clientes/ Acesso em: 25 fev. 2017.

LEFEBVRE, Henri. **Reprodução:** as relações de produção. Trad. Antonio Ribeiro e M. Amaral (do original: *La re-production des rapports de production*). Porto: Publicações Escorpião, 1973. (Caderno: O homem e a sociedade).

LEFEBVRE, Henri. **A produção do espaço.** Trad. Doralice Barros Pereira e Sérgio Martins (do original: *La production de l'espace*). 4. ed. Paris: Éditions Anthropos, 2000.

LEFEBVRE, Henri. **A revolução urbana.** Trad. Sérgio Martins. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008.

LIMA, Pedro de. **Natal século XX:** do urbanismo ao planejamento urbano. Natal: EDUFRN, 2001

LIMA, Pedro de. **Luiz da Câmara Cascudo e a questão urbana em Natal.** Natal: EDUFRN, 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. Trad. Patrícia Xavier. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

LOPES JUNIOR, Edmilson. **A construção social da cidade do prazer: urbanização turística, cultura e meio ambiente em Natal.** Tese (Doutorado).

Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, 1997.

LOPES, Rosa Maria Rodrigues. A relação urbano-rural no contexto da metrópole: um enfoque nos assentamentos rurais da RMN. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Natal, 2008.

LYRA, Anderson Tavares. **Paris em Natal**. 2009. Disponível em: <http://www.historiaegenealogia.com/2009/10/paris-em-natal.html> Acesso em: 21 jul 2016.

MEDEIROS, Sara Raquel Fernandes Queiroz de. Conjuntos habitacionais e expansão do espaço urbano de Natal/RN. In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPUR, v. 15, 2013. Recife. *Anais...* Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2013.

NASCIMENTO, Gerson Gomes do. Cidade Alta: de comércio burguês a comércio popular. **Revista Sociedade e Território**, Natal, v. 17, p. 121-132. 2007.

NASCIMENTO, Gerson Gomes do. Shopping-centers: elementos de (re)produção urbana na Zona Sul de Natal. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Natal, 2003.

NASCIMENTO, Gerson Gomes do. Ribeira: um estudo geohistórico do bairro da zona leste de Natal-RN. In: **Geoconexões**, Natal, ano 1, v. 2, p. 27-37, 2015.

NATAL. Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo. **Ordenamento urbano de Natal**: do Plano Polidreli ao Plano Diretor 2007. 2007. Disponível em: https://www.natal.rn.gov.br/semurb/paginas/File/Ordenamento_Urbano.pdf Acesso em: 11 jun 2016.

NATAL, Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo. **Ribeira: Conheça melhor seu bairro**. 2008. Disponível em: http://www.natal.rn.gov.br/bvn/publicacoes/leste_ribeira.pdf Acesso em: 11 nov 2016.

NATAL, PLANMOB. **Expansão urbana de Natal-RN, de 1920-2000, a partir de sua mancha urbana original**. 2008. Disponível em: <<https://www.planmobnatal.com.br/>>. Acesso em: 20 out. 2017.

NATAL, Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo. **Circuito Histórico Natal – Cidade Alta/Ribeira**. 2009. Disponível em: <http://www.natal.rn.gov.br/semurb/paginas/ctd-102.html> Acesso em: 11 nov 2017.

NATAL, Prefeitura Municipal do Natal. **Base cartográfica** - limites municipais. 2015. Natal: Prefeitura Municipal do Natal, 2015.

NATAL, Secretaria Estadual de Tributação. **Número de estabelecimentos comerciais em Natal**. Natal: SET, 2016).

NATAL, Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo. **Anuário Natal 2016**. Natal: SEMURB, 2016.

NATAL, Secretaria Municipal de Tributação. 2014. **Dados sobre número de estabelecimentos comerciais**. Natal: SEMUT, 2016.

NATAL. Secretaria Municipal de Meio Ambiente e Urbanismo. **Mapas e fotos**. [s.d.] . Disponível em: <http://natal.rn.gov.br/semurb/paginas/ctd-96.html> Acesso em: 11 jun 2016.

NATAL. Prefeitura Municipal do Natal. **Projeto de Natal vence concurso internacional para revitalizar Ribeira**. 2017. Disponível em: <https://natal.rn.gov.br/noticia/ntc-27432.html> Acesso em: 06 dez. 2017.

NESI, Jeanne. **A Rua Nova (Avenida Rio Branco)**. 2010. Disponível em: <http://nataldeontem.blogspot.com.br/2010/05/rua-nova-avenida-rio-branco.html> Acesso em: 15 jun. 2016.

NOVO shopping no Alecrim. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CjaFtlQA8qI> Acesso em 28 nov. 2017.

OJIMA, Ricardo. Deslocamentos pendulares na RM de Natal: evidências empíricas da regionalização do urbano metropolitano. In: CLEMENTINO, Maria

do Livramento M.; FERREIRA, Ângela Lúcia. (Orgs.). **Natal: transformações na ordem urbana**. Natal: Letra Capital Editora, 2015.

OLIVEIRA JÚNIOR, Gilberto Alves de. Redefinição da centralidade urbana em cidades médias. **Sociedade & Natureza**, Uberlândia, n. 20, p. 205-220, jun. 2008.

ONOFRE JUNIOR, Manoel. **Guia da Cidade do Natal**. Natal: EDUFRN, 1996.

ORTIGOZA. **Geografia e Consumo: dinâmicas sociais e produção do espaço urbano**. 2009. 283 f. Tese (Livre Docência) – Universidade Estadual Paulista – Rio Claro, 2009.

ORTIGOZA. **Paisagens do consumo: São Paulo, Lisboa, Dubai e Seul**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010.

PACHECO, Susana Mara Miranda. Resiliência urbana e comercial em áreas centrais. **Geo UERJ**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 23, p. 459-478, 2012.

PESSOA, Jomara Dantas. **Dinâmicas de reprodução do comércio e os novos papéis urbanos em pequenas cidades norte-rio-grandenses: um olhar a partir das redes associativistas de supermercados**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Natal, 2015.

PINTAUDI, Silvana Maria. Os supermercados na Grande São Paulo: contribuição ao estudo da transformação do comércio varejista de gêneros alimentícios nas grandes metrópoles. Dissertação (Mestrado). Universidade de São Paulo, Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. São Paulo, 1981.

PINTAUDI, Silvana Maria. Para uma leitura das formas de comércio varejista na cidade. **Cidades** (Presidente Prudente), v. 07, p. 11-190, 2010.

PINTAUDI, Silvana Maria. A cidade e as formas do comércio. In: CARLOS, Ana Fani Alessandri (Org.). **Novos caminhos da Geografia**. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2013. (Coleção Caminhos da Geografia).

PNUD, IPEA, FJP. **Atlas do Desenvolvimento Humano**. 1991, 2000, 2010. Disponível em: http://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=19100 Acesso em: 20 maio 2016.

POCHMANN, Marcio. **O mito da grande classe média**: capitalismo e estrutura social. São Paulo: Boitempo, 2014.

PORTAL do Turismo. **Foto Feira do Alecrim**. 2017. Disponível em: <http://turismo.natal.rn.gov.br/feira.php> Acesso em: 20 nov. 2017.

PORTO ANTIGO. Foto de Via de Santa Catarina. 2017. Disponível em: <http://www.portoantigo.org/os-melhores-hostels-no-porto/> Acesso em: 20 dez. 2017.

PORTUGAL. Portaria 317-B/2000, de 31 de maio de 2000. Cria o Sistema de incentivos a Projectos de Urbanismo Comercial (URBCOM), Lisboa, Diário da República, 2017. Disponível em: <https://dre.tretas.org/dre/115984/portaria-317-B-2000-de-31-de-maio> Acesso em: 25 nov. 2017.

PORTUGAL. Lei n. 42, de 14 de junho de 2017. Regime de reconhecimento e proteção de estabelecimentos e entidades de interesse histórico e cultural ou social local, Lisboa, Diário da República, 2017. Disponível em: <https://dre.pt/home/-/dre/107514239/details/maximized> Acesso em: 25 nov. 2017.

QUEIROZ, Tatiana Silva; SOUZA, Treza de; GOUVINHAS, Reidson Pereira. Estratégias de marketing como um diferencial na escolha do supermercado de bairro. **Revista de Administração Mackenzie**, v. 9, n. 3, p. 58-84, 2008.

REUBARNIZAÇÃO do Alecrim é tema de nova reunião entre prefeitura e ambulantes. **Agora RN**, Natal, 14 out. 2017. Disponível em: <http://agorarn.com.br/cidades/reurbanizacao-do-alecrim-e-tema-de-nova-reuniao-entre-prefeitura-e-ambulantes/> Acesso em: 06 dez 2017.

RIBEIRO, Ramon. Ribeira ganha sua grande galeria de arte. **Tribuna do Norte**, Natal, 19 dez. 2017. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/ribeira-ganha-sua-grande-galeria-de-arte/400142> Acesso em: 25 jan. 2018.

RIO GRANDE DO NORTE. DETRAN/RN. **Relatório estatístico da frota de veículos.** DETRAN, 2017. Disponível em: <http://adcon.rn.gov.br/acervo/detran/doc/DOC000000000161970.PDF> Acesso em: 06 dez. 2017.

SÁ, Francisco Denerval. Entrevista concedida a Rosa Maria Rodrigues Lopes. Natal, 12 set. 2016.

SALGUEIRO, Teresa Barata; CACHINHO, Herculano. Comércio, consumo e (re)produção do espaço urbano. **Apontamentos de Geografia**, 14, Lisboa: CEG-UL, 2002.

SALGUEIRO, Teresa Barata; CACHINHO, Herculano. Relações cidade – comércio. Dinâmicas de evolução e modelos interpretativos. In: C. Carreras & S.M.M Pacheco (Org.). **Cidade e Comércio: a rua na perspectiva internacional**, Rio de Janeiro, Armazém das Letras, 2009.

SALGUEIRO, Tereza Barata. **Do comércio à distribuição.** Roteiro de uma mudança. Oeiras: Celta Editora, 1996.

SANTOS, Cláudio Ressureição dos. **Shopping Popular Feiragui:** estudos sobre a produção de um espaço de comércio em Feira de Santana/BA. Tese (Doutorado). Universidade Estadual Paulista. Instituto de Geociência e Ciências Exatas. Rio Claro, 2016.

SANTOS, Jorge Pás dos. **Relato da fundação e expansão da cidade do Natal.** 3. ed. Amp. Natal: Edu Gráfica Editora LTDA, 2010.

SANTOS, Julio Cesar S. **O canal de distribuição lojas de departamento.** 2011. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/marketing/o-canal-de-distribuicao-lojas-de-departamentos/57134/> Acesso em: 25 nov. 2017.
SANTOS, Milton. **A natureza do espaço.** 4. ed. São Paulo: Edusp, 2009.

SCHMID, Christian. A teoria da produção do espaço de Henri Lefebvre: em direção a uma dialética tridimensional. Trad. Marta Inez Medeiros Marques; Marcelo Barreto. **GEOUSP, Espaço e Tempo**, São Paulo, n. 32, 2012, p. 89-109.

SEBRAE. Cadastro Empresarial do Rio Grande do Norte. **Informações sobre cadastro empresarial de Natal.** Natal: SEBRAE, 2010.

SEBRAE. **Número de estabelecimentos comerciais**. 2015. Natal: SEBRAE, 2016.

SILVA, Alexsandro Ferreira Cardoso da. **O litoral e a metrópole: dinâmica imobiliária, turismo e expansão urbana na Região Metropolitana de Natal/RN**. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Tecnologia. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo. Natal, 2010.

SILVA, Andria Carla Araújo da. **A construção e estruturação do território comercial no bairro do Alecrim Natal/RN**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação e Pesquisa em Geografia. Natal, 2011.

SOARES, Canindé. **Foto Avenida Coronel Estevam**. Disponível em: <http://www.csfotojornalismo.net/search/?q=feira+do+Alecrim&c=photos#i=4>
Acesso em: 13 nov. 2017.

SOUZA, Daline Maria de. **Gestão de centros históricos: uma avaliação da política de requalificação urbana de Natal/RN**. Tese (Doutorado). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Natal, 2013.

SOUZA, Itamar de. **Nova História de Natal**. 2 ed. Natal: Departamento Estadual de Imprensa, 2008.

SPOSITO Maria Encarnação Beltrão. Centros e centralidades no Brasil. In: **A nova vida do velho centro nas cidades portuguesas e brasileiras**. FERNANDES, José Alberto v. Rio; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. Porto: Centro de Estudos de Geografia e Ordenamento do Território, 2012.

TURISMO internacional aumenta 12% no RN, afirma secretaria. **Tribuna do Norte**, Natal, 05 maio 2017. Disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/noticia/turismo-internacional-aumenta-12-no-rn-afirma-secretaria/379075> Acesso em: 10 dez 2017.

VARGAS, Heliana Comin; CASTILHO, Ana Luisa Howard de. **Intervenções em centros urbanos: objetivos, estratégias e resultados**. São Paulo: Manole, 2009.

VIEIRA, Sidney Gonçalves. **O centro vive:** o espetáculo da revalorização do centro de São Paulo: sobrevivência do capitalismo e apropriação do espaço. Tese (Doutorado). Universidade Estadual Paulista. Instituto de Geociências e Ciências Exatas. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Rio Claro, 2002.

APÊNDICES

APÊNDICE A

FORMULÁRIO DE PESQUISA REALIZADA COM COMERCIANTES



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE - UFRN
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS LETRAS E ARTES - CCHLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM GEOGRAFIA – PPG_e

Formulário vinculado à tese de doutorado intitulada: “Dinâmica do comércio das áreas tradicionais no contexto da produção do espaço urbano de Natal/RN”

Autora: Rosa Maria Rodrigues Lopes

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Rita de Cássia da Conceição Gomes

Bairro	1 – Alecrim	2 – Cidade Alta	3 – Ribeira
Idade	1 - 18 e 19 anos 2 - 20 a 24 anos 3 - 25 a 29 anos	4 - 30 a 39 anos 5 – 40 a 49 anos 6 - 50 a 59 anos	7 - 60 anos ou mais 8 – Não respondeu
Gênero	1 – Masculino	2 – Feminino	
Escolaridade	1 – Analfabeto 2 – Fundamental Incompleto 3 – Fundamental Completo 4 - Ensino Médio Incompleto	5 – Ensino Médio Completo 6 – Ensino Superior Incompleto 7 – Ensino Superior Completo 8 – Pós-graduação completa	9 – Pós-graduação incompleta 10 – NR
Tempo no comércio?	1 – Até 1 ano 2 – De 2 a 4 anos	3 – De 5 a 10 anos 4 – Acima de 10 anos	5 – NS 6 – NR
Tempo de estabelecimento neste bairro?	1 – Até 1 ano 2 – De 2 a 4 anos	3 – De 5 a 10 anos 4 – Acima de 10	5 – NS 6 – NR

		anos	
Comércio...	1 – Próprio 2 – Alugado	3 – Cedido 4 – Arrendado	5 – NR
Utiliza publicidade?	1 - Sim	2 - Não	3 – NR
Se sim, qual?	1 – Internet 2 – Carro de Som	3 – Encarte 4 – NR	5 – NA
Origem da mercadoria?	1 – Município 2 – Estado	3 – Outros Estados do NE 4 – Outras Regiões do país	5 – Outro País 6 – NR
Quantos funcionários?	1 – Um 2 – Dois a quatro	3 – Cinco a sete 4 – Acima de oito	5 – NR
Fatores que desfavorece o comércio neste bairro?	1 – Falta de estacionamento ou insuficiente 2 – Insegurança	3 – Falta de iluminação 4 – Falta de manutenção das ruas	5 – NS 6 – NR
Origem do cliente?	1 – Do bairro 2 – Da cidade	3 – Outras cidades 4 – Outros estados	4 – NS 5 – NR
Formas de pagamento?	1 – Dinheiro 2 – Cartão 3 – Cheque 4 – Boleto	5 – Nota Promissória 6 – Caderneta 7 – Vale alimentação	8 – Outro, qual? _____ 9 – NS 10 – NR
Mais utilizadas pelos clientes?	1 – Dinheiro 2 – Cartão 3 – Cheque 4 – Boleto	5 – Nota Promissória 6 – Caderneta 7 – Vale alimentação	8 – Outro, qual? _____ 9 – NS 10 – NR

APÊNDICE B

Tabela 11 – Área de estudo - Percentual de segmento comercial por bairro			
SEGMENTO ²⁴	ALECRIM	CIDADE ALTA	RIBEIRA
A1	1,9	0,0	0,0
A2	3,7	0,3	0,0
A3	4,4	0,1	0,0
A4	1,3	0,0	0,0
B1	4,9	3,2	0,0
B2	9,8	7,2	36,6
B3	0,4	0,0	0,0
B4	1,9	0,6	2,4
B5	17,0	12,7	0,0
B6	0,4	0,1	0,0
B7	6,2	12,1	0,0
B8	11,5	20,9	2,4
B9	1,0	0,4	0,0
B10	0,1	0,0	0,0
B11	1,4	1,6	0,0
B12	1,0	1,6	0,0
B13	1,5	0,1	0,0
C1	0,1	0,0	7,3
C2	1,2	0,0	7,3
C3	1,0	0,4	0,0
C4	0,1	0,0	2,4
C5	0,8	0,0	7,3
C6	1,7	0,0	0,0
C7	3,0	0,0	0,0
C8	0,1	0,0	0,0
D1	6,9	14,4	0,0
D2	2,1	5,0	0,0
D3	1,9	5,6	0,0
D4	0,1	0,1	0,0
D5	0,6	1,6	0,0
D6	4,4	0,9	22,0
D7	0,3	0,4	2,4
D8	0,0	0,0	0,0
D9	0,4	1,3	0,0
D10	2,2	1,8	2,4
D11	0,4	0,7	2,4
D12	4,2	6,5	4,9

²⁴ Códigos na sequência da tabela.

A1-A4 – Comércio e reparação de veículos automotores e motocicletas

A1- Comércio de veículos automotores

A2 - Manutenção e reparação de veículos automotores

A3 - Comércio de peças e acessórios para veículos automotores

A4 - Comércio, manutenção e reparação de motocicletas, peças e acessórios

B1-B11 – Comércio varejista

B1 - Comércio varejista não-especializado

B2 - Comércio varejista de produtos alimentícios, bebidas e fumo

B3 - Comércio varejista de combustíveis para veículos automotores

B4 - Comércio varejista de material de construção, ferragens, vidros, tintas, madeira

B5 - Comércio varejista de equipamentos de informática, gráfica e comunicação visual; equipamentos e artigos de uso doméstico (suprimentos de informática, telefonia e comunicação, eletrodomésticos, áudio, vídeos, móveis, iluminação, cama, mesa e banho, instrumentos musicais, peças e acessórios para aparelhos eletroeletrônicos)

B6 - Comércio varejista de artigos culturais, recreativos e esportivos

B7 - Comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos médicos, ópticos e ortopédicos

B8 – Vestuário, calçados, acessórios, tecidos, aviamentos, presentes e artigos de viagem

B9 - Jóias e relógios

B10 - GLP

B11 - Artigos usados

B12 – Produtos novos não especificados anteriormente

B13 – Comércio varejista de produtos agropecuários

C1-C8 – Comércio atacadista

C1 - Comércio atacadista de matérias-primas agrícolas e animais vivos

C2 - Comércio atacadista especializado em produtos alimentícios, bebidas e fumo

C3 - Comércio atacadista de produtos de consumo não-alimentar (tecido, vestuário, calçado, farmácia, material médico, papelaria, doméstico)

C4 - Comércio atacadista de equipamentos e produtos de tecnologias de informação e comunicação

C5 - Comércio atacadista de máquinas, aparelhos e equipamentos, exceto de tecnologias de informação e comunicação (agropecuária, construção civil, industrial, médico-hospitalar)

C6 - Comércio atacadista de madeira, ferragens, ferramentas, material elétrico e material de construção

C7 - Comércio atacadista especializado em outros produtos (combustíveis, produtos químicos, metalúrgicos, papel, embalagens, resíduos, sucatas)

C8 - Comércio atacadista não-especializado

D1-D12 – Serviços

D1 – Alimentação

D2 – Higiene e estética

D3 – Atividades financeiras, de seguros e de serviços relacionados (plano de saúde, banco, empréstimo etc)

D4 - Imobiliária

D5 – Atividades profissionais, científicas e técnicas (arquiteto, advocacia, contabilidade, publicidade etc)

D6 – Locação automóveis, assistência técnica de máquinas e aparelhos eletrônicos, estofaria, tornearia, marceneiro, produtos pessoais etc

D7 – Agência de viagens e turismo, meio de hospedagem e lazer

D8 – Vigilância e segurança

D9 – Educação

D10 – Saúde

D11 – Administração pública

D12 – Outros serviços

ANEXO

ANEXO A

Quadro 6 – Natal – Conjuntos habitacionais, 2012.

Região administrativa	Bairro	Conjuntos
NORTE	LAGOA AZUL	NOVA NATAL, ELDORADO, GRAMORÉ, CIDADE PRAIA.
	PAJUÇARA	NOVO HORIZONTE, VISTA VERDE, VILA VERDE I / II, PARQUE DA DUNAS I / II / III / IV / V / VI, BRASIL NOVO, PAJUÇARA I / II, MORADA ALVORADA, ALÉM POTENGI, JOÃO PAULO II.
	POTENGI	POTENGI, SOLEDADE I / II, PANORAMA I / II, PANATIS I / II / III, PROMORAR, SANTA CATARINA, SANTARÉM, MORADA - CNB I / II, APERN, PLANÍCIE DAS MAGUEIRAS
	N. SENHORA DA APRESENTAÇÃO	ALAMEDA DAS FRONTEIRAS, PARQUE DOS COQUEIROS, ALVORADA IV, ICAPUI, IPE, PLANÍCIE DAS MANGUEIRAS
	REDINHA	JARDINS DAS FLORES, NITERÓI, RAIOS DE SOL, CASA NOVA, JARDIM DAS FLORES, CONJ. HABITACIONAL DO EMPERCOM
	IGAPÓ	IGAPÓ, NOVA IGAPÓ, MANOEL LEOPOLDO, CIDADE DO SOL
	SALINAS	-
SUL	LAGOA NOVA	LAGOA NOVA I / II, POTIGUAR II, ROSELÂNDIA, NOVA DIMENSÃO, BANDEIRANTES, INTERLAGOS, SÃO JOSÉ, SÃO MARCOS, MONZA, JARDIM RIVIERA, CASTELO BRANCO, SANTO ANDRÉ, SANTA MÔNICA, OURO BRANCO, REBELO FLOR, CONJ. DO SESC, XAVIER DA SILVEIRA, PARQUES DAS SERRAS.
	NOVA DESCOBERTA	AMAZONAS I / II, TARUMÃ, POTIGUAR I, CONJ. GRAN PRIX DE JARAMA.
	CANDELÁRIA	CANDELÁRIA, BAIRRO LATINO, VILA MORENA, CHACON RESIDENCE, PARQUE DAS PEDRAS.

	CAPIM MACIO	MIRASSOL, CONJ. UNIVERSITÁRIO, COLINAS DOS FLAMBOYANTS, SERRA DO CABUGI II / III, VILLAGE DOS MARES, PARQUE DAS ROSAS, PITANGI SUL, CAPIM MACIO I / II, MAR DO SUL I / II / III / IV. TORRE DO MAR I / II, SERRA AZUL I / II, VILLAGE DE LA TOUCHE I / II / III.
	PITIMBU	PITIMBU, CIDADE SATÉLITE I / II / III, VALE DO PITIMBU I / II, CONJ. DOS BANCÁRIOS, PARQUE ALPHINO
	NEÓPOLIS	JIQUI, PIRANGI, NEÓPOLIS, PARQUE DAS PEDRAS, JARDIM BOTÂNICO, PARQUE DO SERRAMBI IV / V / VII, RESIDENCIAL NEÓPOLIS, PIRANGI SUL.
	PONTA NEGRA	PONTA NEGRA, ALAGAMAR, SERAMBI I / II / III, NATAL SUL, MORADA SUL, LA ROCHELE RESIDENCE, RESIDENCE SOLAR DA VILA, RESIDENCE NORMANDIA, TORRE DO SUL.
LESTE	SANTOS REIS	-
	ROCAS	-
	RIBEIRA	-
	PRAIA DO MEIO	-
	CIDADE ALTA	-
	PETRÓPOLIS	-
	AREIA PRETA	-
	MÃE LUÍZA	MÃE LUÍZA (PROMORAR), ALTO DO FAROL, RESIDENCIAL SEYCHELLES.
	ALECRIM	CONJ. DA MARINHA, CONJ. DA C.E.E."F", CONJ. DA C.E.F., SANTA MARTA.
	BARRO VERMELHO	-
	TIROL	JOÃO MACHADO FORTES, RODRIGO DE MELO FRANCO, ESMERALDA, JARDIM TIROL, ERMITA CANSAÇÃO, IAPC, VILA SÃO JOSÉ, EXÉRCITO, TIROL, CONJ. DO INPS.
OESTE	LAGOA SECA	-
	QUINTA	-
	NORDESTE	BOA VISTA
	DIX-SEPT ROSADO	-

	BOM PASTOR	SANTA ESMERALDA (PROMORAR), MONTE LÍBANO, VIDA NOVA.
	N. SENHORA DE NAZARÉ	SÃO CONRADO.
	FELIPE CAMARÃO	FELIPE CAMARÃO (PROMORAR), FELIPE CAMARÃO II, FELIPE CAMARÃO III (PROMORAR), JARDIM AMÉRICA, VIDA NOVA II / III, LAVADEIRAS.
	CIDADE DA ESPERANÇA	CIDADE DA ESPERANÇA I / II / III, PROMORAR.
	CIDADE NOVA	CIDADE DA ESPERANÇA (PROMORAR)
	GUARAPES	GUARAPES I / II /III
	PLANALTO	-

Fonte: NATAL, Anuário 2014.